МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00B702B62B2039803F6B5D5BD273DA9854
Владелец: Шимановская Янина Васильевна
Действителен: с 02.07.2024 до 25.09.2025

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФИЛОСОФИЯ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	**Тема 1.1. Философия в системе духовной культуры. Философия Древнего Востока. Античная философия** Предмет и метод философии. Её функции. Особенности философского знания. Философия как «любовь к мудрости». Философия как научное познание. Категориальный аппарат философии. Структура философского знания. Становление философии. Философия и мифология. Философия и религия. Взаимодействие философии и частных наук. Философия как самосознание культуры. Значение философии в жизни человека и общества. Общая характеристика древневосточной философии. Философия Древней Индии: ключевые идеи (идея страдания, воздаяние по закону кармы, перевоплощение по закону кармы, освобождение). Школы и учителя в Древней Индии (Кришна, веданта, чарвака, джайнизм, йога). Буддизм как религия и нравственная философия. Философия Древнего Китая: ключевые идеи (учение о темном и светлом началах, учение о пяти элементах мироздания, идея «Дао»). Учение Конфуция и его роль в китайской культуре. Философские идеи Мо-Цзы. Основные этапы развития, особенности, проблемы и представители античной философии: раннегреческая натурфилософия (милетская школа, пифагорейцы, Гераклит, школа атомистов), софисты, Сократ, Платон, Аристотель, философские течения эллинизма (эпикуреизм, стоицизм, скептицизм, неоплатонизм). Влияние античной философии на содержание и направленность европейской мысли. Роль античной философии в становлении европейской цивилизации.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
2.	**Тема 1.2. Человек и картина мира в Средневековой философии. Западноевропейская философия эпохи Возрождения и Нового времени** Периодизация и характерные черты философии и культуры западноевропейского средневековья. Философские проблемы средневековья: происхождение мира, сущность добра и зла, соотношение веры и знания, сущности и существования, проблема универсалий. Соотношение судьбы и свободной воли человека в учении А.Августина. История человечества в учении А.Августина («О граде Божьем»). Учение Ф.Аквинского, доказательства бытия Бога.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

	Общая характеристика и основные проблемы философии арабского Востока. Ибн-Сина. Ибн-Рушд. Философские идеи в творчестве Омара Хайяма. Общая характеристика эпохи Возрождения: антропоцентризм и гуманизм, взаимосвязь философии и культуры. Научная революция XVI-XVII веков и её влияние на развитие философии. Взаимосвязь философии и науки. Особенности развития и основные черты философии XVII-XVIII вв. Проблема знания и метода научного познания. Эмпиризм: Ф. Бэкон, Дж.Локк, Т. Гоббс. Рационализм: Р. Декарт, Б.Спиноза, Г.Лейбниц. Британский эмпиризм XVIII вв.: учение Дж. Беркли и Д.Юма.	
3.	**Тема 1.3. Философия Просвещения и Немецкая классическая философия. Постклассическая философия XIX - XX веков** Просвещение как историко-культурный процесс. Просвещение в Англии (Дж. Локк), во Франции (Вольтер, Д.Дидро, Ж.Ж.Руссо, Ш.Л.Монтескье, Ж. Ламетри), в Германии (Х.Вольф, И.Гете, Г.Лессинг). Учение о естественном праве и общественном договоре. Основные положения трансцендентального идеализма Канта: теория познания и этика. «Абсолютный идеализм» Гегеля. Диалектика Г.Гегеля. Антропологический материализм Фейербаха. Учение К.Маркса и Ф.Энгельса: диалектика, антропология, философия истории. Историческая судьба и значение марксизма. Общая характеристика неклассической философии, основные течения: сциентизм, антисциентизм, антропологизм. Позитивизм и основные этапы его развития (классический позитивизм, эмпириокритицизм, неопозитивизм, постпозитивизм). Возникновение философии жизни. Иррационализм А.Шопенгауэра. Учение Ф. Ницше как источник «философии жизни». Зарождение философии психоанализа: учение З.Фрейда о человеке, обществе и культуре. Экзистенциализм в Германии (М.Хайдеггер, К.Ясперс) и Франции (Ж.П.Сартр и А.Камю). Феноменология как метод анализа чистого сознания. Основополагающие идеи Э. Гуссерля. Философская герменевтика как «практика философского мышления» Х.-Г. Гадамер.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
4.	**Тема 2.1. Понятие бытия и варианты онтологии** Онтология – философское учение о бытии. Категории «бытие» и «материя» как инструменты философского мышления. Бытие как проблема философии. Понятие субстанции и субстанциональности бытия: монистические и плюралистические концепции. Материальное и идеальное бытие. Иерархические модели бытия. Специфика человеческого бытия. Пространственно-временные характеристики бытия.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

	Проблема жизни, ее конечности и бесконечности, уникальности и множественности во Вселенной.	
5.	**Тема 2.2. Основные проблемы и исторические варианты гносеологии** Познание как предмет философского исследования. Философское учение о познании – гносеология и эпистемология. Гносеологический оптимизм и гносеологический пессимизм. Наивный реализм, эмпиризм, рационализм, сенсуализм, иррационализм. Агностицизм, релятивизм, скептицизм. Проблема интерпретации. Познание, творчество, практика. Знание и информация. Вера и знание. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Познание и язык. Проблема истины в философии. Познание и логика, как наука о формах и законах правильного мышления. Философия науки и специфика научного познания.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
6.	**Тема 2.3. Основные проблемы социальной философии** Философское понимание общества и его истории. Общество как то, что создает и изменяет человек, и общество как то, что создает и изменяет человека. Общество и свобода человека. Общественное развитие и его источники. Общественные институты и социальная структура. Революция и эволюция в общественном развитии. Социальный прогресс и регресс. Общество как механизм, организм, закрытая и открытая система. Общество и справедливость. Мораль, нравственность, право. Основные сферы общественной жизни. Культура и цивилизация. Многовариантность исторического развития. Динамика и типология исторического развития. Источники и субъекты исторического процесса. Основные концепции философии истории.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
7.	**Тема 3.1. Истоки и особенности ценностных ориентаций западноевропейской и русской культурных традиций. Проблема судьбы России в философских спорах славянофилов и западников** Природа ценностей и их понимание в западной и русской культурах. Сущность и классификация ценностей в западноевропейской философии и культуре. Статус и система ценностей в русской культуре. Ценностные архетипы и жизненные ориентиры русской и западной культур. Воспроизводство общечеловеческих ценностей в контексте западной культуры. Ценностно-нормативные компоненты русского менталитета. Кризис и переоценка ценностей западной и русской культур. Поиск путей исторического и культурного развития России. Представители славянофильства: А. С. Хомяков, К. С. Аксаков, П. В. Киреевский, В. А Особенности генезиса западной культуры в концепции	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

	И. Киреевского, различие западной и русской культур. Доктрина соборности в учении А.Хомякова. Критика общественно-политического строя России у П.Я.Чаадаева, «Философические письма». Философские взгляды В.Г. Белинского. А.И.Герцен о путях культурного развития России в ранний и поздний период своего творчества.	
8.	**Тема 3.2. Проблема взаимосвязей и различия Востока и Запада в русской философской традиции начала XX века. Евразийский проект и основные этапы его развития. Этос российской культуры и его особенности** Учение Н.Я.Данилевского о культурно-исторических типах. «Россия и Европа». Русский культурно-исторический тип, особенности его исторического самопроявления. Место России в мировом культурно-историческом процессе, по Н.Я.Данилевскому. Взаимопроникновение культур Востока и Запада в учении Н.А.Бердяева, идея «особого пути» России. Размышления Н.А.Бердяева о соотношении «духа русского народа» и «духа русской государственности». Географический детерминизм как основание концепции евразийства. Понятие Евразии как геополитически неделимого целого в концепции П.Н.Савицкого, С.Н.Трубецкого, Г.В.Флоровского. Роль России в евразийском проекте. Евразийство как общественно-политическое течение, его возникновение и последующий раскол; правое и левое евразийство. Неоевразийство. Пассионарная теория этногенеза и учение о суперэтносе Л.Н.Гумилёва. Современные неоевразийские концепции. Этос культуры как национальная идея. Русская идея: особенности и ценностные ориентации российской культурной традиции. Бердяев об этосе русской культуры («Судьба России»). Этос русской культуры в концепции почвенников.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
9.	**Тема 4.1. Феномен русской интеллигенции в философской рефлексии XX века. Осмысление социализма в отечественной философии** Понятие "интеллигенция": сложность определения. Русская интеллигенция как феномен национальной культуры. Проблема места и роли русской интеллигенции в общественном развитии России. Дискуссии о роли и месте интеллигенции в процессах разрушения советского мира накануне перестройки. Проблема социальной роли интеллигенции в современной России. Европейские социалистические идеи: Ф.М.Ш. Фурье, А.К. Сен-Симон, Р. Оуэн. Критика общественно-политического строя России, идея свобод личности в творчестве В.Г. Белинского. Кружок петрашевцев (М. В. Буташевич-Петрашевский). Учение	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

	А.И.Герцена о русском социализме. Идея социализма в учении В.Г.Плеханова и В.И.Ленина	
10	**Тема 4.2. Проблема познания в отечественной философии. Проблемы этики и духовного развития в отечественной философии. Философия истории в отечественной философии** Единство онтологии и гносеологии в русской религиозно-философской мысли. Учение о природе цельного знания у И.В.Киреевского и А.С.Хомякова. Гносеология И.Канта и её критика в философии В.Ф.Эрна. Проблема познания в творчестве Н.А.Бердяева. Философия всеединства В.С.Соловьева, С.Н.Булгакова, С.Л.Франка. Религиозный экзистенциализм: Л. И. Шестов, Н. А. Бердяев. Нравственные идеи в философии русского космизма: Н.Ф.Фёдоров, В.И.Вернадский, К.Э.Циолковский. Проблема свободы человека и нравственного выбора в творчестве Ф.М.Достоевского. Философские идеи Л.Н.Толстого: учение о непротивлении злу силой. Этика ненасилия. Историософский характер русской философии. Поиски смысла и начал исторического бытия русского народа и государства в древнерусской литературе: "Слово о законе и благодати", "Повесть временны́х лет", концепция "Москва-третий Рим". Критика модели исторического развития России у П.Я.Чаадаева ("Философические письма). Спор западников и славянофилов о путях исторического развития России. История как богочеловеческий процесс в философии всеединства.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1.

Тема практического занятия 1.1.: Философия в системе духовной культуры. Философия Древнего Востока. Античная философия.

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Особенности философии как способа познания, её предмет и метод.
2. Категориальный аппарат философии.
3. Взаимодействие философии с другими формами духовной культуры: мифологией, религией, частными науками.
4. Философские школы Древней Индии.
5. Буддизм как религия и нравственная философия.
6. Основные философские идеи конфуцианства.

7. Значение конфуцианства в культуре современного Китая.
8. Характерные черты античной философии.
9. Раннегреческая натурфилософия. Первые натурфилософы.
10. Классический период античной философии (Сократ, Платон, Аристотель).
11. Основные направления и идеи эллинистической философии.

Тема практического занятия 1.2.: Человек и картина мира в Средневековой философии. Западноевропейская философия эпохи Возрождения и Нового времени

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Периодизация и основные черты философии Средневековья
2. Учение А.Августина о соотношении судьбы и свободной воли человека
3. Учение А.Августина о человеческой истории (трактат "О Граде Божьем")
4. Доказательство бытия Бога Ф.Аквинского
5. Спор о природе универсалий.
6. Антропоцентризм и гуманизм в философии Возрождения
7. Научная революция XVII века и её влияние на развитие философии
8. Гносеология XVII века: эмпиризм и рационализм
9. Британский эмпиризм XVIII века: учение Дж. Беркли и Д. Юма

Тема практического занятия 1.3.: Философия Просвещения и Немецкая классическая философия. Постклассическая философия XIX - XX веков.

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Основные идеи философии Просвещения в Англии, Франции, Германии.
2. Теория познания и этика И. Канта.
3. Философская система Г. Гегеля.
4. Диалектика К. Маркса и Ф. Энгельса.
5. Антропология и социальная философия К. Маркса.

6. Философия жизни А. Шопенгауэра и Ф. Ницше.
7. Основные этапы и представители позитивизма.
8. Экзистенциализм в Германии и во Франции.
9. Философия психоанализа.
10. Основные идеи и представители философии постмодернизма.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2.1.: Понятие бытия и варианты онтологии.

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. "Бытие" и "материя" как категории онтологии.
2. Виды и формы бытия в современной онтологии.
3. Монистические и плюралистические концепции бытия.
4. Бытие и сознание в разных философских учениях.
5. Диалектика как учение о развитии. Категории и законы диалектики.

Тема практического занятия 2.2.: Основные проблемы и исторические варианты гносеологии.

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Чувственное и рациональное познание. Роль интуиции в познании.
2. Гносеологический оптимизм и гносеологический пессимизм.
3. Проблема истины и её критериев. Основные концепции истины.
4. Специфика научного познания.
5. Особенности социального познания.

Тема практического занятия 2.3.: Основные проблемы социальной философии
Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Объект, предмет, функции социальной философии.
2. Движущие силы и факторы общественного развития.
3. Основные сферы общественной жизни.
4. Формационная, цивилизационная и культурологическая концепции общественного развития.
2. «Культура» и «цивилизация»: соотношение понятий.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия 3.1.: Истоки и особенности ценностных ориентаций западно-европейской и русской культурных традиций. Проблема судьбы России в философских спорах славянофилов и западников.

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Природа ценностей.
2. Понимание ценностей в западной и русской культурах.
3. Кризис и переоценка ценностей западной и русской культур.
4. Различие западной и русской культур в концепции И. Киреевского.
5. Доктрина соборности в учении А. Хомякова.

6. Критика общественно-политического строя России у П.Я. Чаадаева. «Философические письма».
7. Философские взгляды В.Г. Белинского.
8. А.И. Герцен о путях культурного развития России в ранний и поздний период своего творчества.

Тема практического занятия 3.2.: Проблема взаимосвязей и различия Востока и Запада в русской философской традиции начала XX века. Евразийский проект и основные этапы его развития. Этос российской культуры и его особенности.

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. В.С. Соловьев о России и смысле ее существования.
2. Проблема Востока и Запада и ее осмысление в философии В. Соловьева.
3. Проблема характера взаимоотношений России и Европы в работах В. Эрна и Н.Я. Данилевского.
4. Исследование государственной формы нации у К.Н. Леонтьева.
5. Н. Трубецкой и П.Н. Савицкий о различии западноевропейской и евразийской культурных традиций.
6. Дискуссии о взаимодействии христианства, ислама и буддизма в евразийстве.
7. Евразийские идеи и их осмысление в работах Л.Н. Гумилева.
8. Пассионарная теория этногенеза и учение о суперэтносе Л.Н. Гумилёва.
9. Современные неоевразийские концепции.
10. Этос культуры как национальная идея.
11. Русская идея: подходы к осмыслению особенностей ценностных ориентаций российской культурной традиции.
12. Сравнительный анализ русской идеи и идеи исключительности американской исключительности.
13. Н.А. Бердяев об этосе русской культуры («Судьба России»).

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия 4.1.: Феномен русской интеллигенции в философской рефлексии XX века. Осмысление социализма в отечественной философии.

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии, аналитическое задание

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Проблема места и роли русской интеллигенции в общественном развитии России: сборник «Вехи».
2. Дискуссии о роли и месте интеллигенции в процессах разрушения советского мира накануне перестройки.
3. Проблема социальной роли интеллигенции в современной России.

4. Интеллигенция и революционные процессы в России.

Примерная тематика аналитического задания:

1. Дайте свой комментарий словам В. Соловьева о том, «государство существует не для того, чтобы превратить земную жизнь в рай, а для того, чтобы помешать ей окончательно превратиться в ад».

2. Объясните слова Н. Бердяева: «Государство имеет не только природный, но и божественный исток. Он есть действие божественного начала в замутненной природной среде, преломление абсолютного начала в относительном». (Бердяев Н. А Философия неравенства. М., 1990, с. 83).

3. Сопоставьте взгляды на общественное переустройство Конфуция и К. Маркса.
Объясните слова Н. Бердяева: «Право потому и имеет такое огромное значение в человеческом общении, что оно является охраной и гарантией минимума человеческой свободы, что оно предохраняет человека от того, чтобы жизнь его целиком зависела от моральных свойств, от любви или ненависти другого человека». (Бердяев Н. А. Философия неравенства. М., 1990, с. 90).

4. Объясните слова С.Н. Булгакова: «нам дано расширять жизнь, оживлять природу, быть может, по мнению наиболее смелых мыслителей, воскрешать угасшую жизнь, но творить жизнь нам абсолютно не дано, одинаково ни микроскопической козявки, ни гомункула в реторте. Поэтому хозяйство есть функция жизни, уже созданной и существующей. Этот божественный огонь, зажженный творческой любовью, есть основа всей natura naturata» (Булгаков С.Н. Философия хозяйства//Соч. в 2-х т. М., 1993, т.1, С. 161).

5. До недавнего времени в основе периодизации в отечественной науке лежало понятие «общественно-экономическая формация». В результате, всемирная история была поделена на пять следующих друг за другом формаций: первобытнообщинная – рабовладельческая – феодальная – капиталистическая – коммунистическая. Определите, каких методологических ориентиров придерживались ее авторы.

Тема практического занятия 4.2.: Проблема познания в отечественной философии. Проблемы этики и духовного развития в отечественной философии. Философия истории в отечественной философии

Форма практического задания: опрос с элементами научной дискуссии

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Идея цельного знания В.С. Соловьева.
2. Тема свободы, творчества и самопознания Н.А. Бердяева.
3. Учение Н.О. Лосского о мистической, чувственной и интеллектуальной интуиции.
4. Учение А.Ф. Лосева о Логосе.
5. Взаимопомощь как универсальный принцип природного мира в учении П.А. Кропоткина
6. Философия "общего дела" Н. Федорова.
7. Философия всеединства В.С. Соловьева.
8. Теология и религиозная философия С.Н. Булгакова.
9. Учение П.А. Флоренского о церкви.

10. Философия истории Л.П. Карсавина.
11. Смысл истории в учении Н.А. Бердяева.
12. С.Л. Франк о духовных основах общества.
13. Концепция культурно-исторического типа Н.Я. Данилевского.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. История философии	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Общетеоретическая философия	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Философское осмысление культурного взаимодействия Запада и Востока	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 4. Основные направления и проблемы русской философии	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Предмет, метод и функции философии.
2. Философия как форма духовной культуры.
3. Роль и значение философии в жизни человека и общества.
4. Основные разделы философского знания.
5. Основные философские категории.
6. Ведические школы Древней Индии.
7. Буддизм как нравственная философия.
8. Основные философские идеи конфуцианства.
9. Значение конфуцианства в культуре современного Китая.
10. Учение Мо-Цзы.
11. Характерные черты античной философии.
12. Раннегреческая натурфилософия. Первые натурфилософы.
13. Классический период античной философии (Сократ, Платон, Аристотель).
14. Основные направления и идеи эллинистической философии.

15. Особенности философии поздней античности.
16. Характерные черты средневековой философии (монотеизм, креационизм, теоцентризм).
17. Социально-политическая концепция Августина.
18. Основные идеи философии Фомы Аквинского. Доказательство бытия Бога.
19. Спор о природе универсалий.
20. Теория двойственной истины.
21. Антропоцентризм и гуманизм в философии эпохи Возрождения.
22. Научная революция XVII века и её влияние на развитие философии.
23. Эмпиризм и сенсуализм в гносеологии XVII-XVIII веков (Ф. Бэкон, Дж. Локк, Т. Гоббс).
24. Рационализм как направление в гносеологии и как характерная черта европейской культуры.
25. Идеалистический эмпиризм Дж. Беркли и Д. Юма.
26. Основные идеи философии Просвещения в Англии, Франции, Германии.
27. Теория познания и этика И. Канта.
28. Философская система Г. Гегеля.
29. Диалектика К. Маркса и Ф. Энгельса.
30. Антропология и социальная философия К. Маркса.
31. Философия жизни А. Шопенгауэра и Ф. Ницше.
32. Основные этапы и представители позитивизма.
33. Экзистенциализм в Германии и во Франции.
34. Философия психоанализа.
35. Основные идеи и представители философии постмодернизма.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. "Бытие" и "материя" как категории онтологии.
2. Виды и формы бытия в современной онтологии.
3. Монистические и плюралистические концепции бытия.
4. Бытие и сознание в разных философских учениях.
5. Диалектика как учение о развитии. Категории и законы диалектики.
6. Познание как объект философского анализа. Объект и субъект познания.
7. Гносеологический оптимизм и гносеологический пессимизм.
8. Проблема истины и её критериев. Основные концепции истины.
9. Специфика научного познания.
10. Особенности социального познания.
11. Объект, предмет, функции социальной философии.
12. Движущие силы и факторы общественного развития.
13. Основные сферы общественной жизни.
14. Формационная, цивилизационная и культурологическая концепции общественного развития.
15. «Культура» и «цивилизация»: соотношение понятий.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Формирование представлений о нравственном идеале Руси.
2. Гетерогенность и гомогенность русской философии.
3. Светский и религиозный (православный) характер русской философии.
4. Различие в культурном развитии западноевропейской и восточноевропейской культур.
5. Концепция «Москвы - третьего Рима» Филофея.
6. Особенности генезиса западной культуры в концепции И. Киреевского. Различие западной и русской культур.
7. Доктрина соборности в учении А. Хомякова.
8. Критика общественно-политического строя России у П.Я. Чаадаева. «Философические письма».
9. Философские взгляды В.Г. Белинского.
10. А.И. Герцен о путях культурного развития России в ранний и поздний период своего творчества.
11. В.С. Соловьев о России и смысле ее существования.
12. Проблема Востока и Запада и ее осмысление в философии В. Соловьева.
13. Проблема характера взаимоотношений России и Европы в работах В. Эрна и Н.Я. Данилевского.
14. Исследование государственной формы нации у К.Н. Леонтьева.
15. Россия как живой организм в философии И. Ильина.
16. Н. Трубецкой и П.Н. Савицкий о различии западноевропейской и евразийской культурных традиций.
17. Дискуссии о взаимодействии христианства, ислама и буддизма в евразийстве.
18. Евразийские идеи и их осмысление в работах Л.Н. Гумилева.
19. Пассионарная теория этногенеза и учение о суперэтносе Л.Н. Гумилёва.
20. Современные неоевразийские концепции.
21. Этос культуры как национальная идея.
22. Русская идея: подходы к осмыслению особенностей ценностных ориентаций российской культурной традиции.
23. Сравнительный анализ русской идеи и идеи исключительности американской исключительности.
24. Н.А. Бердяев об этосе русской культуры («Судьба России»).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4:

1. Проблема места и роли русской интеллигенции в общественном развитии России: сборник «Вехи».
2. Дискуссии о роли и месте интеллигенции в процессах разрушения советского мира накануне перестройки.
3. Проблема социальной роли интеллигенции в современной России.
4. Интеллигенция и революционные процессы в России.
5. Учение К. Маркса и ленинская интерпретация марксизма.
6. Философия классического марксизма и реальность советского социализма.
7. Истоки и смысл русского коммунизма.

8. Идея цельного знания В.С. Соловьева.
9. Тема свободы, творчества и самопознания Н.А. Бердяева.
10. Учение Н.О. Лосского о мистической, чувственной и интеллектуальной интуиции.
11. Учение А.Ф. Лосева о Логосе.
12. Социализм как теократия в концепции Н.А. Бердяева.
13. Концепция «христианского социализма» С.Н. Булгакова.
14. Взаимопомощь как универсальный принцип природного мира в учении П.А. Кропоткина.
15. Философия "общего дела" Н. Федорова.
16. Философия всеединства В.С. Соловьева.
17. Теология и религиозная философия С.Н. Булгакова.
18. Учение П.А. Флоренского о церкви.
19. Философия истории Л.П. Карсавина.
20. Смысл истории в учении Н.А. Бердяева.
21. С.Л. Франк о духовных основах общества.
22. Концепция культурно-исторического типа Н.Я. Данилевского.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ) ИСТОРИЯ РОССИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоениеобучающимся дисциплины (модуля)предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт TimesNewRoman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура TimesNewRoman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт TimesNewRoman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практическогозадания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом TimesNewRoman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: История как наука

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Хронологические рамки истории России. Ее периодизация в связи с основными этапами в развитии российской государственности от возникновения государства Русь в IX в. до современной Российской Федерации.

Географические рамки истории России в пределах распространения российской государственности в тот или иной период. История стран, народов, регионов, входивших в состав России на разных этапах ее существования как часть российской истории.

История России как часть мировой истории. Необходимость изучения истории России во взаимосвязи с историей других стран и народов, в связи с основными событиями и процессами, оказавшими большое влияние на ход мировой истории.

Методология исторической науки. Принципы периодизации в истории. Древний мир, Средние века, Новая история, Новейшая история. Общее и особенное в истории разных стран и народов.

Роль исторических источников в изучении истории. Археология и вещественные источники. Письменные источники. Исторический источник и научное исследование в области истории. Научная хронология и летосчисление в истории России.

Тема лекционного занятия: Мир и Россия в древности и в начальный период Средневековья.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Евразийское пространство: природно-географические характеристики (в сопоставлении с другими регионами). Происхождение человека. Современные представления об антропогенезе. Находки остатков древних людей на территории современной России (неандертальцы, Денисовский человек).

Заселение территории современной России человеком современного вида. Памятники каменного века на территории России. Возникновение общественной организации, государственности, религиозных представлений, культуры и искусства.

Основные направления развития и особенности древневосточной, древнегреческой и древнеримской цивилизаций. Античные города-государства Северного Причерноморья. Боспорское царство. Скифы. Кочевые общества евразийских степей. Возникновение христианства.

Средние века: понятие, хронологические рамки, периодизация. Падение Западной Римской империи и образование германских королевств. Франкское государство в VIII–IX вв. Великое переселение народов. Вопрос о славянской прародине и происхождении славян. Расселение славян, их разделение на три ветви: восточных, западных и южных. Славянские общности Восточной Европы. Их соседи: балты и финно-угры. Хозяйство восточных славян, их общественный строй и политическая организация. Возникновение княжеской власти. Религиозные представления.

Византийская империя. Особенности политического и социально- экономического развития; императорская власть. Византия и славяне; миссия Кирилла и Мефодия, создание славянской письменности.

Страны и народы Восточной Европы, Сибири и Дальнего Востока. Тюркские народы в истории России и мира. Государство Бохай. Волжская Булгария как часть мусульманского мира.

Тема лекционного занятия: Образование и эволюция государства Русь (IX - начале XIII в.)

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Формирование территориально-политической структуры Руси. Первые русские князья: Рюрик, Олег, Игорь, Ольга, Святослав, Владимир. Отношения с Византийской империей, странами Центральной, Западной и Северной Европы, кочевниками европейских степей. Торговые пути. Русь в международной торговле.

Принятие христианства и его значение. Причины принятия христианства из Византии. Значение византийского наследия на Руси (право, религия, культура, искусство и др.).

Феодальная иерархия и сеньориальная система в Западной Европе. Роль и положение христианской Церкви и духовенства. Великая схизма: православие и католицизм. Средневековый город. Ремесло, цехи, гильдии. Торговля и основные торговые пути. Ганза.

Рыцарство. Крестовые походы. Завоевание крестоносцами Константинополя.

Мир кочевников. Великая степь в XII в.; объединение монголов и формирование державы Чингисхана.

Китай. Экономический и культурный подъем. Империя Сун. Индия. Касты. Индуизм и буддизм. Проникновение ислама. Япония. Своеобразие развития. Самураи. Сёгунат.

Особенности общественно-политического строя в период Средневековья в странах Европы и Азии. Общее и особенное.

Территория и население государства Русь / Русская земля в конце X — XII в. Новгород как центр освоения Севера Восточной Европы, колонизация Русской равнины. Территориально-политическая структура Руси: волости. Становление городов. Органы власти: князь, посадник, тысяцкий, вече. Внутриполитическое развитие. Борьба за власть между сыновьями Владимира Святого. Ярослав Мудрый. Русь при Ярославичах. Любечский съезд. Владимир Мономах. Русская церковь.

Общественный строй Руси: дискуссии в исторической науке. Проблема «феодализма» в целом и в древней Руси в частности. Княжеско-дружинная элита, духовенство. Городское население. Категории рядового и зависимого населения. «Служебная организация» и вопрос о центральноевропейской социально-экономической модели на Руси. Древнерусское право. «Русская правда».

Внешняя политика и международные связи: отношения с Византией, печенегами, половцами, странами Центральной, Западной и Северной Европы.

Русь в середине XII — начале XIII в. Формирование земель — самостоятельных политических образований («княжеств»). Важнейшие земли и особенности их социально-экономического и политического развития: Киевская, Черниговская, Смоленская, Галицкая, Волынская, Суздальская, Рязанская, Новгород. Значение Киева в период существования самостоятельных русских земель. Формирование элементов республиканской политической системы в Новгороде. Внешняя политика русских земель.

Тема лекционного занятия: Русские земли в середине XIII — XIV в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Особенности политического развития стран Европы. Начало Столетней войны. Османские завоевания на Балканах. Монгольская империя. Завоевания Чингисхана и его потомков. Походы Батыя в Восточную и Центральную Европу. Роль Руси в защите Европы. Возникновение под властью Орды единого политико-географического пространства на территории Северной Евразии, включая русские земли. Система зависимости русских княжеств от ордынских ханов.

Итальянские фактории в Причерноморье и их роль в международных отношениях и торговле.

Южные и западные русские земли. Возникновение Литовского государства и включение в его состав части русских земель.

Северо-западные земли. Эволюция республиканского строя в Новгороде и Пскове. Республики и городские коммуны Средневековья и Раннего Нового времени в Европе. Коммунальное движение и городское право. Итальянские морские республики (Венеция, Генуя), ганзейские города. Католическая церковь в XIII–XIV вв. Папство. Ордена крестоносцев и отношения с ними русских земель. Александр Невский и противостояние экспансии с Запада (Невская битва, Ледовое побоище). Споры в науке и публицистике о его «историческом выборе» между Западом и Востоком.

Княжества Северо-Восточной Руси. Борьба за великое княжение Владимирское. Противостояние Твери и Москвы. Михаил Ярославич Тверской как великий князь всея Руси. Усиление Московского княжества.

Дмитрий Донской. Куликовская битва. Куликовская битва и ее отражение в древнерусской книжности и исторической памяти. Походы Тохтамыша, Тамерлана и Едигея на Русь. Отношения Руси и Орды: современные научные представления и спорные вопросы. Причины длительности ордынского владычества над русскими землями. Закрепление первенствующего положения московских князей в Северо-Восточной Руси.

Перенос митрополичьей кафедры в Москву. Роль православной церкви в ордынский период русской истории. Сергий Радонежский.

Народы и государства степной зоны Восточной Европы и Сибири в XIII–XV вв.

Тема лекционного занятия: Формирование единого Русского государства в конце XV в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Европа и мир в эпоху Позднего Средневековья. Образование национальных государств в Европе: общее и особенное. Раннее формирование единого государства (Франция, Англия). Фактор борьбы с внешней угрозой (Арабское владычество и Реконкиста в Испании). Наднациональные государственные образования (Священная Римская империя). Консервация раздробленности в Италии и Германии.

Византия эпохи Палеологов. Флорентийская уния. Завоевание Константинополя османами. Падение Византийской империи.

Особенности политического развития стран Восточной и Южной Азии. Страны Черной Африки. Америка. Цивилизации Мезоамерики. Расцвет державы инков.

Великое княжество Литовское в XIV–XV вв. Грюнвальдская битва. Польско-литовская уния и судьбы западно-русских земель. Роль русского языка западного извода и русской письменности в культуре и повседневной жизни Великого княжества Литовского.

Объединение русских земель вокруг Москвы. Дискуссии об альтернативных путях объединения русских земель. Династическая война в Московском княжестве второй четверти XV в. Великий Новгород и Псков в XV в.: политический строй, отношения с Москвой, Тевтонским орденом в Ливонии, Ганзой, Великим княжеством Литовским. Падение Константинополя и изменение церковно-политической роли Москвы в православном мире. Возникновение доктрины «Москва - третий Рим». Иван III. Присоединение Новгорода и Твери.

Нарастание центробежных тенденций в Орде и ее распад на отдельные политические образования. Стояние на Угре. Ликвидация зависимости Руси от Орды.

Расширение международных связей Российского государства.

Принятие общерусского Судебника. Положение крестьян по Судебнику 1497 г. (Юрьев день). Формирование аппарата управления единого государства. Двор великого князя, государственная символика.

Церковь и великокняжеская власть. Иосифляне и нестяжатели.

Неортодоксальные религиозные течения. «Новгородско-московская ересь».

Дохристианская культура восточных славян и соседних народов. Повседневная жизнь, семейные отношения, материальная культура, верования. Былины.

Основные достижения мировой культуры в эпоху Средневековья. Взлет культуры стран ислама в Раннее Средневековье, ее роль в сохранении и передаче наследия античного мира. Культура и искусство Индии, Китая и стран Дальнего Востока в Средние века.

Раннехристианское искусство. Романский стиль. Готика. Представления о мире. Богословие и зачатки научных знаний в Средние века. Алхимия. Средневековые университеты. Литература эпохи Средневековья. Эпос («Песнь о Роланде», «Песнь о Нибелунгах», «Эдда» и саги). Проторенессанс в Италии. Данте.

Византия, её культура и цивилизация. Отцы Церкви. Древний Константинополь. Софийский собор в Константинополе. Византийское наследие на Руси.

Крещение Руси и его роль в дальнейшем развитии русской культуры. Кирилло-мефодиевская традиция. Формирование христианской культуры. Появление письменности и литературы. Основные жанры древнерусской литературы. Летописание («Повесть временных лет»). Жития святых. Княжеско-дружинный эпос («Слово о полку Игореве», «Задонщина»). «Поучение» Владимира Мономаха. «Хожение за три моря» Афанасия Никитина.

Начало каменного строительства. Софийские соборы в Киеве, Новгороде, Полоцке. Владимиро-суздальские и новгородские храмы. Возобновление каменного строительства после монгольского нашествия. Приглашение Иваном III иноземных мастеров. Ансамбль Московского Кремля.

Древнерусское изобразительное искусство: мозаики, фрески, иконы. Творчество Феофана Грека, Андрея Рублева.

Знания о мире и технологии. Обучение и уровень грамотности в древней Руси, берестяные грамоты, граффити.

Тема лекционного занятия: Мир к началу эпохи Нового времени. Россия в первой трети XVI в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

XVI–XVII вв. в мировой истории. Великие географические открытия и начало Нового времени в Западной Европе. Эпоха Возрождения. Реформация и её экономические, политиче-

ские, социокультурные причины. «Новое время» в Европе как особая фаза всемирно-исторического процесса. Абсолютная монархия в рамках национального государства - основной тип социально-политической организации постсредневекового общества. Развитие капиталистических отношений. Дискуссия об определении абсолютизма. Абсолютизм и восточная деспотия.

Тема лекционного занятия: Россия в XVI–XVII вв.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Специфика (особенности) становления и развития Российского государства в XV–XVII вв. Иван Грозный: поиск альтернативных путей социально-политического развития России. Реформы Ивана IV, их итоги и последствия. Дискуссия о генезисе самодержавия.

«Смутное время»: ослабление государственных начал. Феномен самозванчества. Усиление шляхетско-католической экспансии на Восток. Роль ополчения в освобождении Москвы и изгнании чужеземцев. К. Минин и Д. Пожарский.

Земский собор 1613 г. Воцарение династии Романовых. Особенности сословно-представительной монархии в России. Церковь и государство. Церковный раскол; его социально-политическая сущность и последствия. Становление абсолютизма: предпосылки и последствия.

Соборное уложение 1649 г.: юридическое закрепление крепостного права и сословных функций. «Бунташный век», социальные выступления народных масс.

Тема лекционного занятия: Культура России в XVI–XVII вв.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Развитие традиций древнерусской культуры и новые веяния. Распространение грамотности. Решения Стоглавого собора об обучении духовенства.

Появление книгопечатания в Западной Европе и в России (Иоганн Гутенберг, Франциск Скорина, Иван Федоров). Культурно-историческое значение этого достижения.

Издание азбук и букварей. Систематизация церковнославянского языка в «Грамматике» Мелетия (Смотрицкого). Расцвет историописания в эпоху Ивана Грозного («Степенная книга», «Лицевой летописный свод»). Летописные памятники и полемические сочинения Смутного времени. Изданиепечатного«Синопсиса».Расцветжитийнойлитературы— «собирание святыни» при митрополите Макарии («Великие Минеи Четьи»). «Домострой» — нравственное и практическое значение этой книги.

Формирование старообрядческой культуры («Житие протопопа Аввакума»).

Развитие шатрового зодчества в XVI в. (церковь Вознесения в Коломенском, собор Василия Блаженного). Появление национального стиля в русской архитектуре XVII в. — «русское узорочье» (Теремной дворец в Кремле, церковь Троицы в Никитниках). Деревянное зодчество. Новые веяния в живописи и архитектуре конца XVII в. Московское барокко. Развитие фресковой живописи и иконописания (Симон Ушаков).

Культура Возрождения, ее отличительные черты. Формирование культуры Нового времени. Ренессанс и барокко в Западной Европе. Гуманистический пафос Возрождения и религиозная вера. Расцвет искусства Италии и «Северное Возрождение». Микеланджело, Леонардо,

Рафаэль. П. Рубенс и Рембрандт. Литература эпохи Возрождения и барокко. У. Шекспир, Сервантес, Ф. Рабле.

XVII век – век разума. Научная революция. Развитие экспериментального естествознания. Распространение учения Н. Коперника. Г. Галилей, Р. Декарт, И. Ньютон. Новые философские системы и социально- политические учения. Т. Гоббс, Дж. Локк и др. Архитектура и живопись Европы в XVII в. От барокко к классицизму. Д. Веласкес. Европейская литература в XVII в. Ж.-Б. Мольер. Культура и искусство Востока в XVII– XVIII вв.

Западное влияние в русской культуре XVII в. и основные каналы его проникновения. Распространение европейских «диковин» в быту русской знати. Перевод памятников европейской литературы (басни Эзопа, сочинения по географии, грамматике, диалектике, риторике). Заимствование силлабического стихосложения из польской литературы и творчество Симеона Полоцкого. Европейская музыка и театр при московском дворе — оркестр Лжедмитрия, «цирк» царевича Алексея Михайловича, иноземные органисты и органная музыка. Создание придворного театра — «Артаксерксово действо». Появление иностранных живописцев в Оружейной палате. Выдача царем Федором Алексеевичем «Привилегии» на создание в Москве Академии.

Тема лекционного занятия: Мир и Россия в эпоху преобразований Петра I.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Россия в эпоху преобразований Петра I. Необходимость преобразований. Методы, средства, принципы, цели реформ. Проблема цены преобразований. Использование опыта европейских государств в преобразовании управления, влияние Швеции, Пруссии, других стран. Основание Санкт-Петербурга, становление его в качестве столицы Российской империи. Роль Москвы в системе имперской власти и идеологии.

Преобразования в области государственного управления. Основные принципы и результаты: усиление самодержавной власти, централизация, развитие бюрократии. Военная реформа Петра I. Международное положение России к концу XVII в. и основные задачи ее внешней политики. Изменение главного вектора внешней политики России на рубеже XVII и XVIII вв.

Экономическое развитие. Внутренняя и внешняя торговля. Социальный протест. Стрелецкие восстания 1682, 1689, 1698 гг. — волнения низов или борьба элит. Сопротивление реформам: осознанная оппозиция или стихийное недовольство.

Государство и церковь в эпоху Петра I. Зарождение практики религиозной терпимости. Противоречия в положении представителей других религий (мусульмане, буддисты, иудеи) и инославных конфессий (католики, протестанты).

Преобразования в области культуры и быта. Активизация западноевропейских культурных заимствований. Перестройка повседневной жизни горожан и знати по европейскому образцу. Изменение положения женщин. Появление светских праздников и развлечений.

Распространение стиля барокко. Перенесение на русскую почву западной архитектуры, живописи и музыки. Открытие первого общедоступного театра. Создание гражданского шрифта и начало книгоиздательства на русском языке. Возникновение прессы.

Развитие образования и создание условий для научных исследований и их начало. Создание светских учебных заведений. Перевод научной литературы. Начало научного коллекционирования (Кунсткамера), указ о создании Академии наук.

Дискуссии о результатах и историческом значении реформ Петра I.

Тема лекционного занятия: Эпоха «дворцовых переворотов». 1725–1762 гг.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Эпоха «дворцовых переворотов». 1725–1762 гг. Вопрос о продолжении преобразований Петра I его преемниками. Предпосылки и основные факторы политической нестабильности в России после Петра I. Насильственная смена правящих монархов, отстранение от власти фактических правителей А. Д. Меншикова, Э. И. Бирона. Приход к власти Анны Иоанновны, «затей-каверховников», попытка ограничения самодержавия, цели ее сторонников и причины провала. Правление Анны Иоанновны, особенности ее внутренней политики. Правление Елизаветы Петровны. Петр III — результаты его кратковременного правления в сфере внутренней политики.

Трансформация абсолютных монархий. Идеи правового государства. Принцип разделения властей. Просвещенный абсолютизм. Модернизация как переход от традиционного к индустриальному обществу. Запад и Восток в XVIII в.: многообразие цивилизаций, их сходство и различия. Россия — «мост» между Западом и Востоком.

Проблема «равновесия» в рамках европейского «концерта» держав, устойчивые союзы, противоречия и конфронтация. Колониальный период в истории Северной Америки. Война английских колоний за независимость. Образование Соединенных Штатов Америки. Декларация независимости США.

Французская революция конца XVIII в. Декларация прав человека и гражданина. Якобинская диктатура, ее падение. Термидор. Приход к власти Наполеона Бонапарта. Борьба европейских держав против Французской революции и агрессивных устремлений постреволюционных властей Франции. Колониальный период в истории Латинской Америки.

Традиционные общества Востока в условиях европейской колониальной экспансии. Османская империя. Индия. Иран. «Закрытие» Китая. Международная торговля. Работорговля.

Тема лекционного занятия: Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Эпоха Екатерины II. Государственные реформы. Крепостное хозяйство и крепостное право в системе хозяйственных и социальных отношений. Вопрос о крепостном праве и положении крестьян в политике Екатерины II. Обострение социальных противоречий. Восстание под предводительством Емельяна Пугачева. Формирование сословной структуры российского общества. Положение дворянства: привилегии «благородного сословия» и политика правительства по укреплению роли дворянства в качестве господствующего сословия.

Взаимоотношения государства и церкви. Секуляризация церковных владений, ее последствия для дальнейшей жизни монастырей. Политика по отношению к старообрядцам, лицам инославных и нехристианских конфессий. Национальная и конфессиональная политика Российской империи. Расширение территории Российского государства.

Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в. Россия — как одна из ведущих держав на международной арене. Упрочение ее статуса, признание ее в качестве империи. Основные цели Российской империи во внешней политике. Роль России в решении важнейших вопросов международной политики. Россия и революция во Франции.

Павел I. Основные черты, особенности и цели его внутренней политики. Вопрос о наличии определенной системы в правлении Павла I или хаотичности его мер. Борьба против влия-

ния Французской революции и участие в коалициях против постреволюционной Франции. Поворот во внешней политике России, переход к союзу с Наполеоном Бонапартом.

XVIII век — век Просвещения. Теория естественного равенства. «Общественный договор». «Народный суверенитет». Культ Разума. Идея прогресса. Вопрос о просвещенном абсолютизме в России. Взгляды российских мыслителей по актуальным политическим и социальным проблемам.

Тема лекционного занятия: Русская культура и наука в XVIII в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Русская культура XVIII в. Идеология Просвещения и ее влияние на развитие русской культуры XVIII в. Школа и образование в России в XVIII в. Воспитание «новой породы» людей — реформа образования Екатерины II. Учреждение Московского университета.

Российская наука в XVIII в. Становление российской науки. Роль иностранных ученых, работавших в России (Л. Эйлер, Г. Ф. Миллер). М. В. Ломоносов, значение его деятельности в истории русской науки и просвещения. Изучение страны — главная задача российской науки. Деятельность Академии наук. Географические экспедиции.

Новые веяния в русском искусстве. Смена стилей. Влияние европейской художественной культуры. Реформа стихосложения В. К. Тредиаковского и М. В. Ломоносова. Театр Ф. Г. Волкова и складывание системы Императорских театров. Крепостной театр и «крепостная интеллигенция». Создание Академии художеств, расцвет русского портрета. Развитие архитектуры.

Тема лекционного занятия: Европа и мир в XIX в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Основные факторы и явления мирового развития в XIX в. Промышленный переворот в Европе и России: общее и особенное. Влияние идей Просвещения на мировое развитие. Европейские революции XIX в. Наполеоновские войны и Священный союз как система общеевропейского порядка. Формирование европейских наций. Национально-освободительное движение народов Азии, Африки и Америки. Обретение независимости народами Латинской Америки.

Промышленный переворот; ускорение процесса индустриализации в XIX в. и его политические, экономические, социальные и культурные последствия. Секуляризация сознания и развитие науки. Романтизм, либерализм, дарвинизм.

Внутренняя и внешняя политика России в первой половине XIX в. Значение победы России в войне против Наполеона и освободительного похода России в Европу. Попытки реформирования политической системы России при Александре I; проекты М.М. Сперанского и Н.Н. Новосильцева. Изменения в государственном строе. Зарождение общественного движения. Декабризм. Либеральное направление общественной мысли.

Российское самодержавие и «Священный Союз». Консервативно-охранительная политика Николая I. Кодификация законодательства М. Сперанским. Территориальное расширение границ государства. Крымская война, её итоги и последствия. «Золотой век» русской культуры. Просвещение и наука.

Тема лекционного занятия: Россия в первой половине XIX в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Основные факторы и явления мирового развития во второй половине XIX в. Переход ведущих государств на стадию монополистического капитализма. Воссоединение Италии и Германии. Гражданская война в США. Европейский колониализм и общества Востока, Африки, Америки в XIX в. Развитие Европы во второй половине XIX в. Франко-прусская война. Бисмарк и объединение германских земель. Образование военно-политических блоков, милитаризация европейских государств. Научно-технический прогресс.

Тема лекционного занятия: Россия в эпоху Великих реформ.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Великие реформы Александра II. Предпосылки и причины преобразований. Отмена крепостного права и её итоги. Внутриполитические преобразования 60-70-х гг. Земская, городская, военная, судебная реформы. Противоречивость и непоследовательность реформ. Контрреформы Александра III. Консервация общественных отношений, стагнация политической системы, борьба с революционным и либеральным направлениями общественной мысли. Внешняя политика России. Присоединение Средней Азии.

Тема лекционного занятия: Мир и Россия на рубеже XIX — начала XX в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Особенности складывания капиталистического (индустриального) общества в России в пореформенный период. Изменение социальной структуры общества. Положение рабочего класса и крестьянства.

Духовная жизнь и культура России во второй половине XIX в. Идейные течения и общественно–политическая жизнь российского общества. Формирование общественных движений: консервативно-охранительное, революционно-демократическое и либеральное. Народничество: зарождение, идеология, практика. Рабочее движение и распространение марксизма. Появление социал-демократических организаций в России. Борьба за революционное преобразование общества.

Новая фаза европейского капитализма. Вступление ведущих западных держав в стадию империализма. Завершение раздела мира и борьба за колонии. Особенности становления капитализма в колониально зависимых странах. «Пробуждение Азии» - первая волна буржуазных антиколониальных революций.

Российская экономика конца XIX - начала XX вв.: подъемы и кризисы, их причины. Монополизация промышленности и формирование финансового капитала. Доля иностранного капитала в российской промышленности. Форсирование российской индустриализации «сверху». Усиление государственного регулирования экономики. Реформы С.Ю. Витте. Русская деревня в начале века. Обострение споров вокруг решения аграрного вопроса. Первая российская революция. Столыпинская аграрная реформа: сущность, итоги, последствия.

Политические партии в России начала века: генезис, классификация, программы, тактика. Опыт думского «парламентаризма» в России.

Тема лекционного занятия: Первая мировая война и Россия

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

I мировая война: предпосылки, ход, итоги. Влияние первой мировой войны на европейское развитие. Участие России в Первой мировой войне. Истоки общенационального кризиса. Кризис власти в годы войны и его истоки. Влияние войны на приближение общенационального кризиса. Свержение монархии в ходе Февральской революции. Альтернативы развития России после Февральской революции. Временное правительство и Советы. Выбор пути развития народами России от Февраля к Октябрю 1917 года.

Тема лекционного занятия: Культура и наука в России XIX — начала XX в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Русская культура в XIX в. Система просвещения. Наука и техника. Печать. Литература и искусство. Быт города и деревни. Общие достижения и противоречия.

Тема лекционного занятия: Великая российская революция 1917 г. и ее влияние на судьбы народов мира

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Великая российская революция 1917 г., её причины и основные этапы. Расстановка политических и социальных сил накануне и в ходе Февральской революции. Временное правительство, его состав, внутренняя и внешняя политика. Советы рабочих, солдатских и крестьянских депутатов, их состав. Двоевластие. Возможности мирного развития революции. Июньский кризис и его последствия. События 3-5 июля 1917 г. в Петрограде. Корниловской мятеж и его последствия. Распад унитарного государства и общенациональный кризис осенью 1917 года. Победа вооруженного восстания в Петрограде. Октябрьская революция и установление Советской власти. II Всероссийский съезд советов: его состав и решения.

Тема лекционного занятия: Гражданская война и военная интервенция в России

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Выход Советской России из Первой мировой войны. Обострение внутриполитической ситуации к лету 1918 года. Причины и сущность гражданской войны, ее хронологические рамки, этапы. Интервенция в России: ее этапы, цели, формы, география, масштабы и результаты. Белое движение: социальный состав, идеология, программы, лидеры. Программа и вооруженные формирования «третьей силы» («зеленые»).

Политические, социально-экономические и культурные преобразования Советской власти. Контрреволюционные выступления. Роспуск Учредительного собрания. III Всероссийский съезд советов, его решения. Конституции 1918 г., ее основные положения. Политика военного коммунизма: причины, цели, методы и результаты. Строительство Красной армии. Польско-

советская война 1919-1920 г.: ее причины, ход и результаты. Изгнание интервентов с территории РСФСР. Внутренние и внешние факторы победы большевиков. Влияние Октябрьской социалистической революции на мировой исторический процесс. Российская эмиграция.

Тема лекционного занятия: Мир и Советский Союз в 20-30-е гг. XX в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Внешнее и внутреннее положение страны в начале 20-х годов. X съезд РКП(б) и его решения. Переход к мирному социалистическому строительству. Цели, задачи и основные направления новой экономической политики. Изменения в политической и социальной сферах жизни общества.

Окончательное складывание однопартийной политической системы. Создание ВКП(б), её место и роль в государстве. Внутрипартийные процессы в ВКП(б), борьба с оппозицией в правящей партии. ВКП(б) и другие социалистические партии. Роль Советов в хозяйственно-экономической и политической жизни страны. Профсоюзы и др. общественные организации. Военная реформа 1924-1925 гг. и реорганизация советских вооруженных сил в 20-е годы.

Политическая система страны в 30-е гг. и её особенности. Массовые политические репрессии, «большой террор» в 1937-1938 гг.

Тема лекционного занятия: СССР в эпоху НЭПа. Образование СССР.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Политические дискуссии и выбор пути хозяйственного и социально-политического развития страны. Итоги и противоречия НЭПа. Международное положение СССР. Итоги восстановления экономики и причины свертывания НЭПа.

Программные положения большевиков по национальному вопросу. Образование СССР: предпосылки, поиск форм национально-государственного устройства. Проекты «федерализации» и «автономизации».Декларация и договор об образовании СССР 30 декабря 1922 года. Конституция СССР 1924 г. и создание конституционных органов власти Союза ССР.Развитие советской федерации в 20-е годы. Проблема социально-экономического развития отсталых районов СССР. «Коренизация» государственного аппарата республик. Роль РСФСР в культурном развитии советских республик.

Тема лекционного занятия: Форсированная модернизация советского государства в 30-е годы

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Мировой экономический кризис и СССР. Внешнеполитическое положение страны в начале 30-х годов. Курс на строительство социализма в условиях враждебного окружения. Индустриализация в СССР: характерные черты, методы и средства. Политика сплошной коллективизации: цели, основные этапы, методы и средства. Культурное строительство. Стахановское и иные виды социалистического труда. Результаты форсированной модернизации советского общества.

Геополитическая ситуация после окончания Первой мировой войны. Версальская система международных отношений. Политическая изоляция Советской России и СССР. Зарождение и развитие международного коммунистического движения. Коминтерн и его деятельность. Международное положение СССР в 20-е годы. Антисоветская деятельность российской эмиграции за рубежом, планы военного нападения на СССР. Внешняя политика СССР в 1920-е годы, Генуэзская и Гаагская конференции. Прорыв дипломатической изоляции. Раппальский договор с Германией и советско-германское сотрудничество в 1920-е годы. Советско-британские и советско-французские отношения: сложности становления, проблемы и противоречия. СССР и малая Антанта. СССР и страны Востока в 20-е годы.

Появление первого очага войны на Дальнем Востоке. Итальянский фашизм и германский нацизм. Фашизация Европы, Азии и Латинской Америки в 30-е годы. Антикоминтерновский пакт и образование блока фашистских государств. Политика умиротворения агрессора. Кризис Версальско-Вашингтонской системы. СССР и Лига наций. Внешнеполитический курс СССР на создание системы коллективной безопасности. Коминтерн и борьба с фашизмом.

Внешнеполитический курс СССР в конце 30-х годов. Советско-германский договор 23 августа 1939 г. о ненападении и секретные протоколы. Вооруженный конфликт на Халхин-Голе и оз. Хасан. Вхождение в состав СССР Западной Белоруссии, Западной Украины, Литвы, Латвии, Эстонии, Бессарабии и Северной Буковины. Советско-финляндская война: причины, политические и военные итоги для СССР. Экономический и военный потенциал СССР к концу 30-х гг. Меры по укреплению обороноспособности страны, подготовке СССР к отражению фашистской агрессии.

Тема лекционного занятия: Советская культура и наука (1917 – конец 30-х годов)

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Культурное развитие СССР в 20-е годы. Советская архитектура. Литературное творчество, театр, живопись, скульптура, музыка. Советский авангард. Идеологические приоритеты. Изменения в быту. Советская власть и РПЦ. Обновленческая и катакомбные церкви. Курс на создание атеистического общества. Развитие научных учреждений.

Тема лекционного занятия: Вторая мировая война: причины, характер, особенности

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Вторая мировая война, её участники, основные периоды. Проблема начала Второй мировой войны в отечественной и зарубежной историографии. Причины и характер Великой Отечественной войны. Периодизация истории Великой Отечественной войны. Стратегические планы Германии и нападение на СССР. Срыв плана молниеносной войны. Московская битва и весенняя кампания 1942 г., их значение. Эвакуация и перестройка страны на военный лад.

Тема лекционного занятия: Советское общество в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Всенародный характер войны. Партизанское и подпольное движение в годы войны. Советский тыл и его роль в победе над врагом. Создание чрезвычайных органов управления. Идеологическая работа на фронте и в тылу. Государственно-церковные отношения в годы войны. Сталинградская битва, ее военно-политическое и международное значение. Завершение коренного перелома в ходе войны.

Создание антигитлеровской коалиции: взаимодействия и разногласия союзников. Проблема открытия второго фронта. Тегеранская конференция. Завершающий период войны: освобождение территории СССР и освободительный поход в Европу. Ялтинская конференция союзников. Берлинская операция. Капитуляция фашистской Германии. Потсдамская конференция. Международное значение победы Советского Союза в Великой Отечественной войне. Участие СССР в войне с Японией. Атомная бомбардировка Хиросимы и Нагасаки. Разгром Квантунской армии. Капитуляция Японии. Роль союзников в победе над Японией. Окончание Второй мировой войны.

Тема лекционного занятия: Источники и факторы победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Быстрая мобилизация экономической системы. Развертывание военного производства и трудовая мобилизация советских граждан. Чрезвычайные меры по переводу экономики на военные рельсы, разработка военно-хозяйственного плана производства всех видов вооружения и боеприпасов, усиление жестокой системы централизованного управления промышленностью, транспортом, сельским хозяйством. Поддержание и повышение боеготовности Советских Вооруженных сил. Создание специальных наркоматов по выпуску отдельных видов вооружений, Комитета производственного и вещевого снабжения армии, Совета по эвакуации. Организаторская деятельность Коммунистической партии, которую поддерживал народ как фактор победы. Военная помощь союзников и программа ленд-лиза. Массовое патриотическое движение: истребительные батальоны, народное ополчение. Идеология, способствующая укреплению патриотизма, межнациональному единству народов СССР.

Тема лекционного занятия: Великая отечественная война: без срока давности

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Идеологические и институциональные основы нацистских преступлений против человечности на оккупированных территориях СССР. Преступления против мирного населения на оккупированных территориях СССР. Геноцид как международное преступление.

Оккупационная политика нацистской Германии на территории СССР. Действия вермахта, специальных частей и соединений нацистской Германии, их союзников и пособников по истреблению коммунистов, комсомольцев, подпольщиков и партизан. Геноцид в отношении мирного населения, евреев, цыган. Концентрационные лагеря на территории России. Массовые захоронения мирных граждан в ходе карательных акций нацистов. Документальные и другие источники злодеяний фашистов и их пособников. Преступная роль РОА, ОУН-УПА и других антисоветских организаций.

Тема лекционного занятия: Мир и Советский Союз во второй половине XX в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Учреждение ООН. Нюрнбергский процесс. Цена победы СССР в войне. «Холодная война». Создание НАТО. План Маршалла и окончательное разделение Европы. Возникновение стран народной демократии и взаимоотношения СССР с ними. Создание Коминформа. Совет экономической взаимопомощи (СЭВ) и ОВД. Восстановление народного хозяйства в годы IV пятилетки. Идеологические кампании послевоенных лет. СССР в период «оттепели». Разоблачение культа личности на XX съезде КПСС и реакция на антисталинизм Н.С. Хрущева в СССР и в мире. Принятие новой программы КПСС. СССР и страны социализма. Советско-американские отношения. Карибский кризис. СССР и страны «третьего мира».

Тема лекционного занятия: Восстановление и развитие страны после окончания войны (1945- сер. 60-х гг.)

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Трудности послевоенного переустройства. Восстановление народного хозяйства. Ориентация на первоочередное восстановление тяжёлой промышленности. Планы 4 и 5 пятилеток. Развитие сельского хозяйства. Засуха 1946 года и падение урожайности. Денежная реформа 1947 года и отмена карточной системы. Рост производства товаров массового спроса.

Тема лекционного занятия: Советский Союз в период перехода к постиндустриальному обществу (сер. 60-х – сер. 80-х гг.)

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Отставка Н.С. Хрущева и изменения в политическом курсе. Концепция развитого социализма. Конституция 1977 г.: разработка, обсуждение, основные положения. Политическое и социально-экономическое развитие СССР в 1965-1984 гг. Диссидентское движение в СССР: его цели, этапы, течения, лидеры. Хозяйственная реформа 1965 г. в промышленности и сельском хозяйстве: подготовка, задачи, методы их решения. Внешняя политика СССР. Разрядка международной напряженности. Новый виток «холодной войны».

Тема лекционного занятия: Период «перестройки» и распада СССР (1985–1991)

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Концепция перестройки и ее стратегия. Курс на ускорение социально-экономического развития (1985-1986 гг.).Политика «перестройки» (1987-1991 гг.). Изменения в политической системе. Союзный центр и советские республики в 1988-1991 гг. Общесоюзный референдум 17 марта 1991 г. и Новоогаревский процесс. Политический кризис августа 1991 г. Демонтаж общесоюзных структур СССР (сентябрь - декабрь 1991 гг.). Беловежское соглашение 8 декабря 1991 г. «Новое политическое мышление» и изменения в концепции советской внешней политики. Западные державы и СССР в 1990-1991 гг. Дезинтеграция стран Восточной Европы и развал

«социалистического содружества». Ликвидация ОВД. Вывод советских войск из Афганистана. Итоги политики «перестройки» М.С. Горбачева. Распад СССР и его последствия. Наука и культура в Советском Союза во второй половине XX века.

Особенности развития культуры в послевоенный период. Идеологическое противостояние с Западным миром и активная антизападная пропаганда. Восстановление работы школ, открытие новы высших учебных заведений.Развитие научных исследований, связанных с обороной: атомной энергетики, ракетостроения, радиотехники, электроники, успехи советских ученых. Советская литература. Тема войны в творчестве советских писателей. Советский кинематограф. Социалистический реализм и его проявления в литературе, архитектуре, живописи, скульптуре.

Тема лекционного занятия: Россия и мир на рубеже тысячелетий (конец 80-х – 90-е гг. XX в.)

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

РФ и мир в конце 80-х – начале 90-х гг. XX века. Трансформация экономического и политического строя в России. «Шоковая терапия» экономических реформ в начале 90-х годов. Октябрьские события 1993 г. и демонтаж системы власти Советов. Конституция РФ 1993 г. Новая политическая система. Президентская республика и многопартийные выборы. Федеративная дезинтеграция. Власть и общество в России в 90-е годы. Личность Б.Н. Ельцина. Борьба с политическим терроризмом на Кавказе. Разгосударствление и приватизация государственной собственности. Военная реформа. Дефолт 1998 года. Социальная цена и первые результаты реформ.

Глобализация мирового экономического, политического и культурного пространства. Гегемония США. Агрессия США и НАТО против Афганистана, Ирака, Ливии. Расширение ЕС. «Зона евро». Социалистическая модель в Латинской Америке. Внешняя политика Российской Федерации в 1991–1999 годы. Расширение НАТО на Восток и проблема безопасности страны. Россия и СНГ. Союз России и Республики Беларусь. Россия в системе мировой экономики и международных связей. Наука, культура, образование в рыночных условиях.

Тема лекционного занятия: Россия в первой четверти XXI в.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Россия и мир в XXI веке. Глобализация мирового экономического, политического и культурного пространства. Повышение роли КНР в мировой экономике и политике. Мировой финансовый и экономический кризис 2008 г. Международный терроризм.

Россия в первые десятилетия XXI в. Обострение обстановки на Северном Кавказе, война в Чечне. В.В. Путин. Продолжение рыночных реформ, стабилизация внутренней обстановки и политического строя. Власть и РПЦ. Государство и общество. Партийная система страны. Избирательные кампании. Изменение вектора внешней политики. Региональные и глобальные интересы России. Возвращение Крыма в состав России. Реакция Запада на вхождение Крымского полуострова/Крыма в состав РФ. Оказание военной помощи Сирии. Действия руководства РФ по созданию многополярного мира. Роль Российской Федерации в современном мировом сообществе. Современный период строительства ВС РФ. Направленность и итоги общественного

развития РФ в постсоветское время. Наука и культура России в XXI столетии. Изменения в социальной структуре общества. Направленность и итоги общественного развития РФ в постсоветское время.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Методика работы с письменными историческими источниками и исторической литературой

Цели занятия: уяснить особенности работы с письменными историческими источниками и исторической литературой

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; аналитическое задание.

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие и виды исторических источников.
2. Разновидности и особенности письменных исторических источников.
3. Электронные исторические источники.
4. Правила и методы изучения письменных исторических источников.
5. Историческая литература и её особенности.

Аналитическое задание:

Изучить и законспектировать исторический текст по заданию преподавателя:

Лекции В.О. Ключевского:

1. "Происхождение крепостного права в России",
2. "Наброски по варяжскому вопросу",
3. Наброски к курсу "Новейшая история Западной Европы в связи с историей России"

Тема занятия: Образование и эволюция государства Русь (IX - начале XIII в.)

Цели занятия: дать студентам общее представление об образовании Древнерусского государства и древней истории России

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; тестирование.

Вопросы к обсуждению:

1. Зарождение государственности на Руси: предпосылки и характерные черты.
2. Эволюция древнерусской государственности в X - XIII вв.
3. Новгород как центр освоения Севера Восточной Европы.
4. Политический строй русских княжеств.
5. Культура древней Руси.
6. Византия и Русь.

Примеры тестовых заданий:

1. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   В какой период происходило формирование Древнерусского государства?
   а) VII-VIII вв.
   б) XII-XIII вв.
   в) IX-X вв.
   г) XIV-XV вв.
2. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.
   Какие из перечисленных ниже племен НЕ являлись славянскими?
   а) вятичи, кривичи

б) поляне, древляне, уличи

в) эсты, ливы, готы

г) радимичи, лендзяне, висляне

3. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

В чем был главный социально-политический смысл реформ 946 г. об «уроках» и «погостах» проведенной княгиней Ольгой?

а) реформа упорядочила систему «полюдья»

б) реформа стала средством признания всеми славянскими племенами политического лидерства Киева

в) реформа привела к усилению вертикали власти

г) реформа привела к появлению общины

4. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Форма взимания дани с подвластного населения в Древнерусском государстве

а) барщина

б) ясак

в) полюдье

г) оброк

5. Прочитайте текст, выберите правильный вариант ответа.

Князь, почти всю жизнь участвовавший в военных походах и погибший от печенегов

а) Святослав

б) Олег

в) Игорь

г) Владимир

Тема занятия: Формирование единого Русского государства в конце XV в.

Цели занятия: дать студентам общее представление об основных событиях XV века в отечественной и мировой истории

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; эссе.

Вопросы к обсуждению:

1. Объединение русских земель вокруг Москвы.

2. Падение Константинополя и изменение церковно-политической роли Москвы в православном мире.

3. Иван III и создание единого русского государства в XV в.

4. Завершение объединения русских земель вокруг Москвы в правление Василия III.

5. Международное положение России в конце XV в.

Примерная тематика эссе:

1. Особенности политического устройства Новгорода.

2. Психологический портрет А. Невского.

3. Ордынское иго в свете новейшей историографии.

4. Политическая культура в эпоху Реформации.

Тема занятия: Древнерусская культура.

Цели занятия: познакомить студентов с основными достижениями мировой культуры Средневековья, древней и средневековой Руси

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; эссе.

Вопросы к обсуждению:

1. Основные достижения мировой культуры в эпоху Средневековья.
2. Православная церковь и народная культура.
3. Древнерусское изобразительное искусство.
4. Каменное строительство на Руси.
5. Литературное творчество на Руси.
6. Неортодоксальные религиозные течения.

Примерная тематика эссе:

1. Дохристианская культура восточных славян.
2. Византийское наследие на Руси.
3. Обучение и уровень грамотности в древней Руси.
4. Древнерусское изобразительное искусство.

Тема занятия: Россия в XVI–XVII вв.

Цели занятия: познакомить студентов с главными событиями российской истории в XVI–XVII вв.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; разработка мультимедийной презентации.

Вопросы к обсуждению:

1. Реформы Ивана IV, их итоги и последствия.
2. Территориальное расширение Российского государства к началу XVI в.
3. «Смутное время»: причины и последствия.
4. Россия в эпоху первых Романовых.
5. Закрепощение русского народа: основные этапы и последствия.
6. «Бунташный век», социальные выступления народных масс.
7. Россия и Вестфальская система международных отношений.
8. Международное положение России в конце XVII в.

Примерная тематика презентаций:

1. «Огораживание» в истории Англии.
2. Представительные учреждения во Франции и России.
3. Влияние культуры Возрождения на Россию.
4. Иван Федоров и книгопечатание в России.
5. Лица Смутного времени: политический портрет и черты характера (на выбор).

Тема занятия:Мир и Россия в эпоху преобразований Петра I.

Цели занятия: уяснить содержание реформ Петра I и их влияние на культурно-историческое развитие России.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; эссе.

Вопросы к обсуждению:

1. Характерные черты эпохи Нового времени в Европе и Азии.
2. Преобразования Петра I: необходимость и значение.
3. Экономическая и социальная политика Петра I.
4. Преобразования в области государственного управления.
5. Военная реформа и ее значение.
6. Формирование сословной структуры общества.
7. Наука и культура в первой четверти XVIII века.

Примерная тематика эссе:

1. Социальная работа в эпоху Петра I.

2. Академия наук России: состав и направления деятельности.

3. Командиры гвардейских полков: историко-социологическая характеристика.

4. Экономическая и социальная политика Петра I.

Тема занятия:Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II.

Цели занятия: уяснить содержание государственных реформ Екатерины II, особенности внутренней и внешней политики второй половины XVIII века.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; эссе.

Вопросы к обсуждению:

1. Экономическая политика Екатерины II и ее последствия.

2. Внутренняя политика в отношении дворянского сословия.

3. Крепостное право в эпоху Екатерины II.

4. Развитие просвещения и образования во второй половине XVIII в.

5. Внешняя политика России: характер и особенности.

Примерная тематика эссе:

1. Присоединение Крыма: основные этапы и значение.

2. Крепостное право в произведении А.Н. Радищева «Путешествие из Петербурга в Москву».

3. Павел Первый: рыцарь или самодур?

4. Государственные реформы Екатерины II.

Тема занятия:Россия в эпоху Великих реформ.

Цели занятия: познакомить студентов с содержанием и последствиями реформ второй половины XIX века.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; эссе.

Вопросы к обсуждению:

1. Предпосылки и причины преобразований.

2. Противоречивость и непоследовательность реформ.

3. Сущность и содержание Крестьянской реформы 1861 г.

4. Земская, городская, военная, судебная реформы.

5. Историческое значение преобразований.

6. Международное положение России во второй половине XIX в.

Примерная тематика эссе:

1. Лица «золотого века» русской культуры (на выбор).

2. Российское самодержавие и «Священный Союз».

3. Либеральные реформы в эпоху Александра I.

4. Зарождение общественного движения. Декабризм.

5. Консервативно-охранительная политика Николая I.

6. Крымская война, её итоги и последствия.

Тема занятия:Мир и Россия на рубеже XIX — начала XX в.

Цели занятия: познакомить студентов с ключевыми событиями отечественной и мировой истории XIX — начала XX вв.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; эссе.

Вопросы к обсуждению:

1. Вступление ведущих западных держав в стадию империализма.
2. Завершение раздела мира и борьба за колонии.
3. Реформы С.Ю. Витте и их последствия.
4. Особенности развития российской экономики конца XIX - начала XX вв.
5. Первая российская революция и ее значение.
6. Столыпинская аграрная реформа: сущность, итоги, последствия.
7. Трансформация политического строя России в начале XX столетия.

Примерная тематика эссе:

1. Открытие Антарктиды: замысел, этапы, значение.
2. Политический портрет Николая I.
3. Декабристы в Сибири и на Кавказе.
4. Становление В. И. Ульянова-Ленина как политического лидера.
5. Первая русская революция в Москве.
6. Зерновой экспорт России: благо или несчастие России?

Тема занятия:Первые преобразования советской власти: характер и особенности.

Цели занятия: проанализировать мероприятия советской власти в сфере промышленности, транспорта, банковской системы, внешней торговли, преобразования в социальной сфере.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии.

Вопросы к обсуждению:

1. Социально-экономическая и политическая ситуация в стране осенью 1917 г. и программа РСДРП(б) по выходу из кризиса.
2. Мероприятия советской власти в области промышленности, транспорта, банковской системы, внешней торговли в 1917-1918 гг.
3. Декрет «О земле» и первые аграрные преобразования.
4. Социальные преобразования советской власти, создание системы социальной защиты трудящихся.
5. Решение национального вопроса, реорганизация унитарного государства.
6. Создание новой, советской политической системы.
7. Трансформация правоохранительных органов, создание РККА и РККФ.
8. Преобразования в сфере просвещения, науки и культуры, создание светского государства.

Тема занятия:СССР в эпоху НЭПа. Образование СССР.

Цели занятия: проанализировать причины и последствия перехода к новой экономической политике и её результаты; предпосылки, пути и итоги образования СССР.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии.

Вопросы к обсуждению:

1. Причины и факторы перехода к новой экономической политике (НЭП).
2. Разработка В.И. Лениным программы строительства социализма в стране.
3. Сущность НЭП, её цели, задачи и итоги.
4. Противоречия и ограниченность НЭПа.
5. Образование СССР: предпосылки, пути, итоги.
6. Сущность «ленинского» и «сталинского» проектов создания единого государства.
7. Конституция СССР 1924 г. о национально-государственном устройстве страны.
8. Социальные и культурные изменения в стране в 20-х годах.

Тема занятия:Международное положение СССР в конце 30-х годов и укрепление обороноспособности страны.

Цели занятия: проанализировать международную обстановку в начале 30-х гг. XX века, попытки создания систем коллективной безопасности.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии.

Вопросы к обсуждению:

1. Международная обстановка в начале 30-х гг. Германский фашизм и угроза войны.
2. Вступление СССР в Лигу Наций и установление дипломатических отношений с США.
3. Попытки создания системы коллективной безопасности.
4. Политика западных держав по «умиротворению агрессора».
5. Вхождение в состав СССР Западной Белоруссии, Западной Украины, Литвы, Латвии, Эстонии.
6. Советско-финляндская война: причины, политические и военные итоги.
7. Экономический и военный потенциал СССР к концу 30-х гг. Советская оборонительная военная доктрина.
8. СССР и фашистская Германия в конце 30-х годов. Дискуссия и оценки в исторической науке соглашений Советского Союза и нацистской Германии в 1939 году.

Тема занятия:Великая отечественная война: без срока давности.

Цели занятия: сохранение исторической правды о преступлениях нацистов и их пособников против мирного населения оккупированных территорий СССР в годы Великой Отечественной войны.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; проект.

Вопросы к обсуждению:

1. Политика «обеспечения жизненного пространства» германской нации.
2. Преступления против человечности.
3. Проблема суда и наказания нацистских преступников.
4. Нюрнбергский трибунал: историческое значение и уроки для современности.

Примерная тематика проекта:

1. Немецко-фашистская политика геноцида на оккупированной территории годы Великой Отечественной войны.
2. Деятельность гестапо на оккупированной территории СССР.
3. Нацистская пропаганда и агитация на оккупированной территории СССР.
4. «Красуха» как символ борьбы с нацизмом.
5. Нацистские зверства в фотодокументах.
6. Трагедия мирного населения на оккупированных территориях СССР в кинодокументах.
7. Освещение преступлений против мирного населения на страницах периодических изданий.
8. Деятельность карательных отрядов на оккупированной территории СССР.
9. Пытки как способ истребления мирного населения СССР в годы Великой Отечественной войны.
10. Расследование преступлений оккупантов.
11. Геноцид мирного населения на оккупированной территории СССР в исторических исследованиях.

12. Судьба семей нацистских преступников.

13. Ликвидация последствий нацистского оккупационного режима после освобождения территории.

14. Концентрационные лагеря на оккупированной территории СССР.

15. Военные преступники, осужденные на Нюрнбергском процессе.

16. Деятельность миссии Прибалтийского экзархата на Северо-Западе СССР.

17. Участие Русской православной церкви в жизни мирного населения на оккупированной территории СССР.

18. Преступления нацистов и их пособников против детства.

19. «Умер в немцах»: угон населения на принудительные работы как способ реализации политики геноцида мирного населения оккупированных территорий СССР.

20. Судьба женщин на оккупированной территории СССР в годы Великой Отечественной войны.

21. Установление нацистских «порядков» на оккупированной территории СССР.

22. Повседневная жизнь мирного населения на оккупированной территории СССР.

23. «Русские Хатыни»: сожженные деревни на оккупированной территории СССР.

24. «Летопись предательства»: пособники нацистов на оккупированной территории СССР.

25. «Фабрики смерти» на оккупированной территории СССР.

26. «Мы помним»: места массовых захоронений граждан, погибших от рук нацистов и их пособников в годы Великой Отечественной войны.

27. «Живой щит»: старики, женщины и дети как заложники нацистов и их пособников на оккупированной территории СССР.

28. Преступления фашистов в храмах на оккупированной территории СССР.

29. Грабеж местного населения на оккупированной территории СССР.

30. Модели выживания населения на оккупированных территориях СССР.

31. «Место памяти»: увековечение памяти жертв нацистов и их пособников.

32. Последствия гитлеровского режима на оккупированной территории СССР.

33. Судьбы малолетних узников нацистских концлагерей.

34. «Если мы войну забудем — вновь придёт война!».

35. Деревня, которой нет на карте.

Тема занятия:Период «перестройки» и распада СССР (1985–1991).

Цели занятия: проанализировать особенности периода «перестройки» и распада СССР (1985–1991).

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии.

Вопросы к обсуждению:

1. Курс на ускорение социально-экономического развития (1985-1986 гг.).

2. Социально-экономическая политика правительства М.С. Горбачева и её итоги.

3. Изменения в концепции советской внешней политики.

4. Политический кризис августа 1991 г.

5. Изменения в политической системе в 1989-1991 гг.

6. Дезинтеграция стран Восточной Европы и распад «социалистического Содружества».

Тема занятия:Культура, наука и спорт в СССР во второй половине XX в.

Цели занятия: проанализировать и уяснить особенности и главные достижения советской культуры второй половины XX века.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии.

Вопросы к обсуждению:

1. Развитие культуры и науки в СССР в 1945-1953 гг.
2. Культурная политика в 60-80-х гг. XX в.
3. Технические и гуманитарные науки в Советском Союзе в послевоенный период.
4. Мировые достижения советской науки.
5. Космическая программа страны.
6. Массовый и профессиональный спорт в СССР и его достижения.

Тема занятия:Россия в первой четверти XXI в.

Цели занятия: проанализировать и уяснить особенности внутренней и внешней политики России в первой четверти XXI в.

Формы практических заданий: опрос с элементами научной дискуссии; аналитическое задание.

Вопросы к обсуждению:

1. Международная обстановка в начале XXI столетия.
2. Стабилизация внутренней обстановки и политического строя.
3. Борьба с сепаратизмом на Северном Кавказе, война в Чечне.
4. Изменение вектора внешней политики.
5. Реформа вооруженных сил.

Аналитическое задание:

Составить исторический паспорт:

1. Научные учреждения Москвы.
2. Культурные объекты РГСУ.
3. Федеральные музеи в г. Москва.
4. Культурные объекты федерального значения г. Москвы.
5. Метрополитен – история страны.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Общие вопросы курса	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX - первой трети XIII в.	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Народы и государства Европы и Азии в период классического Средневековья. Русь в XIII-XV вв.	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 4. Европа и мир в эпоху Позднего Средневековья. Россия в XVI - XVII вв.	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 5. Мир и Россия в Новое время (XVIII в.)	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 6. Мир и Российская империя в XIX – начале XX в.	Самостоятельное изучение материала раздела

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 2	
Раздел 7. Советское государство в 1917-1922 гг.	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 8. СССР в межвоенный период (20-30-е гг. XX в.)	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 9. СССР в годы Второй мировой и Великой Отечественной войн	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 10. СССР в послевоенный период развития	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 11. Современная РФ (1992–2022)	Самостоятельное изучение материала раздела

Задания для самостоятельной работы

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Теория и методология исторической науки.
2. Рольисторическихисточниковвизучениииистории.
3. НаучнаяхронологияилетосчислениевисторииРоссии.
4. Периодизация всемирно-исторического процесса и истории России.
5. Историястран,народов,регионов,входившихвсоставРоссиинаразных этапах ее существования как часть российской истории.
6. Понятие и виды исторических источников.
7. Разновидности и особенности письменных исторических источников.
8. Электронные исторические источники.
9. Правила и методы изучения письменных исторических источников.
10. Историческая литература и её особенности.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Языковые семьи. Генезис индоевропейцев
2. Археологическаяпериодизация(каменныйвек,энеолит,бронзовыйвек, железный век).
3. Древнейшие народы на территории современной России.
4. Особенности зарождения государственности в Европе и Азии.
5. Славяне и их роль в истории индоевропейцев.
6. Зарождение христианства и ислама.
7. Зарождение государственности на Руси: предпосылки и характерные черты.
8. Эволюция древнерусской государственности в X - XIII вв.
9. Новгород как центр освоения Севера Восточной Европы.
10. Политический строй русских княжеств.
11. Культура древней Руси.
12. Византия и Русь.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Русь и Золотая Орда.
2. Экспансия Запада на русские земли в XIII в.
3. А. Невский и его роль в защите русской земли.
4. Москва, Тверь и Новгород как центры русских земель.
5. Междоусобицы и распад Золотой Орды.
6. Возвышение Москвы и ликвидация монгольского владычества на Руси.
7. Культурное единство Руси в условиях экспансии с Востока и Запада.

8. Объединение русских земель вокруг Москвы.
9. Падение Константинополя и изменение церковно-политической роли Москвы в православном мире.
10. Иван III и создание единого русского государства вXVв.
11. Завершение объединения русских земель вокруг Москвы в правление Василия III.
12. Международное положение России в конце XV в.
13. Основныедостижениямировойкультурывэпоху Средневековья.
14. Православнаяцерковьинароднаякультура.
15. Древнерусскоеизобразительноеискусство.
16. Каменное строительство на Руси.
17. Литературное творчество на Руси.
18. Неортодоксальныерелигиозныетечения.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4:

1. Великие географические открытия и их роль в становлении современной цивилизации.
2. Зарождение капитализма в Европе.
3. Реформация и ее роль в создании европейской цивилизации.
4. Церковь и государство в России в начале XVI в.
5. Завершение объединения русских земель вокруг Москвы.
6. Международное положение России.
11. Реформы Ивана IV, их итоги и последствия.
12. Территориальное расширение Российского государства к началу XVI в.
13. «Смутное время»: причины и последствия.
14. Россия в эпоху первых Романовых.
15. Закрепощение русского народа: основные этапы и последствия.
16. «Бунташный век», социальные выступления народных масс.
17. Россия и Вестфальская система международных отношений.
18. Международное положение России в конце XVII в.
19. Развитие традиций древнерусской культуры.
20. Появление книгопечатания в Западной Европе и в России.
21. Культура Возрождения, ее отличительные черты.
22. Западное влияние в русской культуре XVII в.
23. Европейская музыка и театр при московском дворе.
24. Московское барокко.
25. Развитие фресковой живописи и иконописания (Симон Ушаков).

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 5:

1. Характерные черты эпохи Нового времени в Европе и Азии.
2. Преобразования Петра I: необходимость и значение.
3. Экономическая и социальная политика Петра I.
4. Преобразования в области государственного управления.
5. Военная реформа и ее значение.
6. Формирование сословной структуры общества.
7. Наука и культура в первой четверти XVIII века.
8. Причины и последствия дворцовых переворотов.

9. Роль гвардии в осуществлении переворотов.
10. Характерные черты правления Екатерины I, Петра II, Анны Иоанновны.
11. Попытка ограничения власти в эпоху Анны Иоанновны: причины провала.
12. Внутренняя и внешняя политика Елизаветы Петровны.
13. Противоречия внутреннего курса Петра III.
14. Народные массы в эпоху дворцовых переворотов.
15. Государственные реформы Екатерины II.
16. Экономическая политика и ее последствия.
17. Внутренняя политика в отношении дворянского сословия.
18. Крепостное право в эпоху Екатерины II.
19. Развитие просвещения и образования во второй половине XVIII в.
20. Внешняя политика России: характер и особенности.
21. Понятие «Просвещение» и его характерные черты.
22. Западные веяния в русской культуре.
23. Литература и искусство в XVIIIв.
24. РоссийскаянаукавXVIIIв.
25. Деятельность М.В. Ломоносова.
26. Архитектура России XVIII в.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 6:

1. Основные факторы и явления мирового развития в XIX в.
2. Борьба ведущих держав за господство в мире. Венская система международных отношений.
3. Промышленный переворот в Европе и России: общее и особенное.
4. Наполеоновские войны и Священный союз как система общеевропейского порядка.
5. Переход ведущих государств на стадию монополистического капитализма.
6. Образование военно-политических блоков, милитаризация европейских государств.
7. Научно-технический прогресс.
8. Внутренняя политика России в первой половине XIX в.
9. Российское самодержавие и «Священный Союз».
10. Либеральные реформы в эпоху Александра I.
11. Зарождение общественного движения. Декабризм.
12. Консервативно-охранительная политика Николая I.
13. Территориальное расширение границ государства.
14. Крымская война, её итоги и последствия.
15. Предпосылки и причины преобразований.
16. Противоречивость и непоследовательность реформ.
17. Сущность и содержание Крестьянской реформы 1861 г.
18. Земская, городская, военная, судебная реформы.
19. Историческое значение преобразований.
20. Международное положение России во второй половине XIX в.
21. Вступление ведущих западных держав в стадию империализма.
22. Завершение раздела мира и борьба за колонии.
23. Реформы С.Ю. Витте и их последствия.
24. Особенности развития российской экономики конца XIX - начала XX вв.
25. Первая российская революция и ее значение.

26. Столыпинская аграрная реформа: сущность, итоги, последствия.
27. Трансформация политического строя России в начале XX столетия.
28. Россия накануне Первой мировой войны.
29. Причины и характер мировой войны.
30. Состав противоборствующих сторон, цели войны.
31. Отношение классов и политических партий к войне.
32. Военные действия на «русском фронте».
33. Состояние тыла и мобилизационных возможностей России.
34. Полководцы и военачальники России.
35. Влияние войны на состояние государства и общества.
36. «Золотой век» русской культуры: характерные черты и особенности.
37. Просвещение и наука в период правления Александра I.
38. Цензура и печать в эпоху Николая I.
39. Наука в России в первой половине века.
40. Литература в России во второй половине столетия.
41. Развитие науки на рубеже XIX—началаXXв.
42. «Серебряный век» русской культуры в начале XX в.: характерные черты и особенности.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 7:

1. Политические партии России в революционных событиях 1917 года.
2. Внутренняя и внешняя политика Временного правительства.
3. Причины победы большевиков и установления Советской власти.
4. Первые преобразования Советской власти.
5. Революционные события 1917 г. на окраинах бывшей Российской империи.
6. Отношение руководства стран Антанты и Четверного союза к революционным событиям в России.
7. Белое движение: причины зарождения, идеология, лидеры.
8. Иностранная военная интервенция: цели, масштабы, результаты.
9. Внутренняя политика противоборствующих сторон: цели, основные направления, результаты.
10. Основные этапы строительства Советских вооруженных сил.
11. Причины и факторы победы «красных» в Гражданской войне.
12. Российская эмиграция и ее судьба.
13. Социально-экономическая и политическая ситуация в стране осенью 1917 г. и программа РСДРП(б) по выходу из кризиса.
14. Мероприятия советской власти в области промышленности, транспорта, банковской системы, внешней торговли в 1917-1918 гг.
15. Декрет «О земле» и первые аграрные преобразования.
16. Социальные преобразования советской власти, создание системы социальной защиты трудящихся.
17. Решение национального вопроса, реорганизация унитарного государства.
18. Создание новой, советской политической системы.
19. Трансформация правоохранительных органов, создание РККА и РККФ.
20. Преобразования в сфере просвещения, науки и культуры, создание светского государства.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 8:

1. Итоги и последствия Первой мировой войны.
2. Версальско-Вашингтонская система международных отношений.
3. Социально-экономическое и политическое развитие стран Европы и Азии в 20-30-е гг. XX в.
4. Рапалльский договор между Советской Россией и Германией.
5. Фашизация и милитаризация Европы и мира.
6. «Новый курс» президента Ф. Рузвельта в США.
7. Модернизация азиатских стран в 20-30-е гг. XX в.
8. Культурная жизнь и духовная сфера жизни общества.
9. Причины и факторы перехода к новой экономической политике (НЭП).
10. Разработка В.И. Лениным программы строительства социализма в стране.
11. Сущность НЭП, её цели, задачи и итоги.
12. Противоречия и ограниченность НЭПа.
13. Образование СССР: предпосылки, пути, итоги.
14. Сущность «ленинского» и «сталинского» проектов создания единого государства.
15. Конституция СССР 1924 г. о национально-государственном устройстве страны.
16. Развитие советской федерации в 20-е годы.
17. Социальные и культурные изменения в стране в 20-х годах.
18. Культурная жизнь и духовная сфера жизни общества.
19. Мировой экономический кризис («великая депрессия») и хозяйственно-экономическое положение страны.
20. Обострение международной обстановки в конце 20-х годов и оборонно-промышленный потенциал СССР.
21. Причины свёртывания НЭПа и программа социалистической модернизации страны.
22. Индустриализация страны: направления, средства, итоги.
23. Политика сплошной коллективизации: цели, задачи, темпы, результаты.
24. Экономические достижения в годы первых пятилеток, факторы роста промышленного потенциалы страны.
25. Культура и наука в 30-е годы.
26. Особенности политической системы и масштабы политических репрессий.
27. Международная обстановка в начале 30-х гг.
28. Экспансия Японии и возникновение дальневосточного очага войны.
29. Германский фашизм и угроза войны.
30. Вступление СССР в Лигу Наций и установление дипломатических отношений с США.
31. Попытки создания системы коллективной безопасности.
32. Политика западных держав по «умиротворению агрессора».
33. Попытки создания системы коллективной безопасности.
34. Вхождение в состав СССР Западной Белоруссии, Западной Украины, Литвы, Латвии, Эстонии.
35. Советско-финляндская война: причины, политические и военные итоги.
36. Экономический и военный потенциал СССР к концу 30-х гг. Советская оборонительная военная доктрина.
37. Советско-англо-французские переговоры в Москве о создании военного союза.

38. СССР и фашистская Германия в конце 30-х годов. Дискуссия и оценки в исторической науке соглашений Советского Союза и нацистской Германии в 1939 году.

39. Подготовка СССР к войне.

40. Культурная и научная политика большевиков в первые годы Советской власти.

41. Политикасоветскогоруководствапоотношениюкцеркви.

42. Политикаликвидациибезграмотности и ее практические результаты к концу десятилетия

43. Культурноеразвитиев1920-егг.

44. Культурнаяреволюция в 1930-е годы.

45. Формирование интеллигенции нового поколения.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 9:

1. Причины и предпосылки Второй мировой войны.
2. Формирование противоборствующих коалиций в годы Второй мировой войны.
3. Основные периоды и характер Второй мировой войны.
4. Основные сражения Второй мировой войны. Роль советско-германского фронта войны.
5. Вклад стран антигитлеровской коалиции в победу над нацистской Германией и её союзниками.
6. Роль Коминтерна в победе над фашизмом.
7. Итоги и последствия Второй мировой войны.
8. Периодизация истории Великой Отечественной войны.
9. Деятельность советского правительства и ВКП(б) по мобилизации всех сил и средств на разгром врага.
10. Эвакуация и перестройка страны на военный лад.
11. Основные сражения Великой Отечественной войны.
12. Советский тыл в годы войны.
13. Освобождение территории СССР и освободительный поход в Европу.
14. Характерные черты общественно-государственного строя СССР.
15. Боевой потенциал Вооруженных Сил СССР в годы войны.
16. Место и роль ВКП(б).
17. Роль ленд-лиза в победе над Германией.
18. Открытие второго фронта и помощь союзников СССР.
19. Сплоченность и патриотизм советского народа как фактор победы.
20. Роль Верховного главнокомандующего И.В. Сталина, советских полководцев и военачальников (Г.К. Жуков, К.К. Рокоссовский, А.М. Василевский, И.С. Конев и др.).
21. Мобилизация экономической системы и её перестройка на военный лад.
22. Советский тыл и его роль в победе над врагом.
23. Партизанское и подпольное движение в годы войны.
24. Идеологическая работа. ВКП(б), комсомола, деятелей культуры.
25. Всенародная помощь фронту со стороны советских граждан и общественных организаций.
26. Оккупационная политика нацистской Германии на территории СССР.
27. Геноцид в отношении мирного населения, евреев, цыган.
28. Массовые захоронения мирных граждан в ходе карательных акций нацистов.
29. Документальные и другие источники злодеяний фашистов и их пособников.

30. Преступная роль РОА, ОУН-УПА и других антисоветских организаций.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 10:

1. Итоги последствия Второй мировой войны.
2. Ялтинско-Потсдамская система международных отношений.
3. Создание мировой системы социализма.
4. Крушение колониальной системы империализма.
5. НТР и её роль в развитии человеческой цивилизации.
6. «Холодная война»в условиях биполярного мира.
7. Людской, материальный и финансовый ущерб СССР в ходе Великой Отечественной войны.
8. Программа восстановления народного хозяйства в годы IV пятилетки.
9. Средства, методы и ресурсы восстановления народного хозяйства. Трудовой подвиг советского народа.
10. Смерть И.В. Сталина и формирование нового политического руководства.
11. Новации политического и социально-экономического курса Н.С. Хрущева.
12. Культура и наука в СССР в годы хрущевской «оттепели».
13. Развитие социальной сферы (1955-1964 гг.).
14. Внешняя политика СССР в 1953-1964 гг.
15. Особенности развития советской политической системы в 1960-1980-х годах.
16. Хозяйственная реформа 1965 года: цели, задачи, результаты.
17. Внешняя политика советского государства:
18. Новации Конституции СССР 1977 года.
19. Наука и культура в СССР (сер. 60- - сер. 80-х гг.).
20. Разрядка международной напряженности.
21. Курс на ускорение социально-экономического развития (1985-1986 гг.).
22. Социально-экономическая политика правительства М.С. Горбачева и её итоги.
23. Изменения в концепции советской внешней политики.
24. Политический кризис августа 1991 г.
25. Изменения в политической системе в 1989-1991 гг.
26. Дезинтеграция стран Восточной Европы и распад «социалистического Содружества».
27. Развитие культуры и науки в СССР в 1945-1953 гг.
28. Культурная политика в 60-80-х гг. XX в.
29. Технические и гуманитарные науки в Советском Союзе в послевоенный период.
30. Мировые достижения советской науки.
31. Космическая программа страны.
32. Массовый и профессиональный спорт в СССР и его достижения.

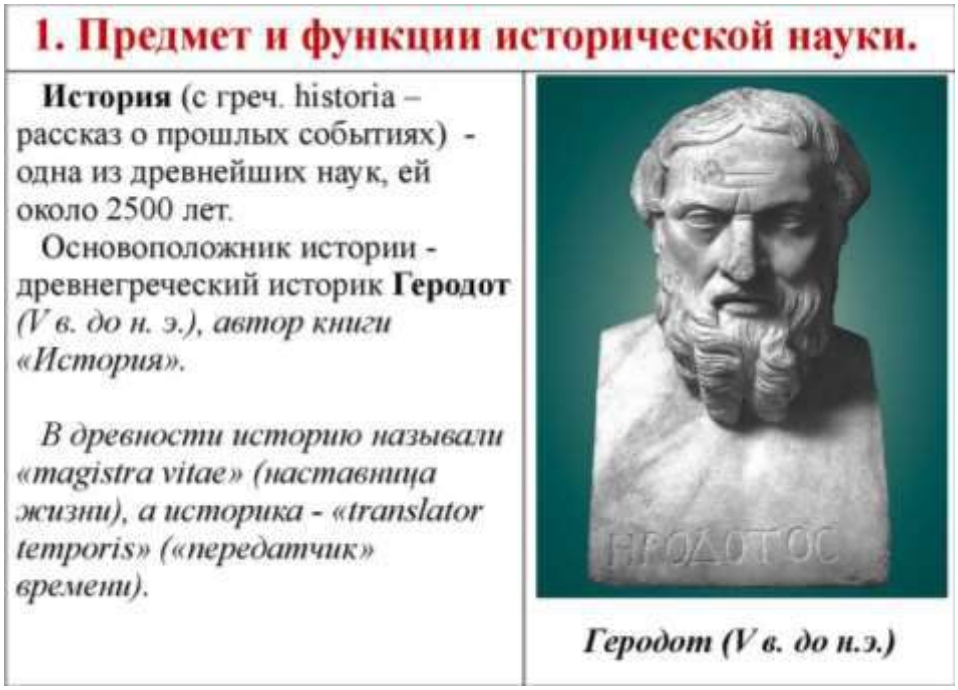
Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 11:

1. Геополитические и общественные изменения в мире после исчезновения СССР.
2. Окончание «холодной войны» и формирование однополярного мира.
3. Экономические реформы в РФ в 90-х гг. и их последствия.
4. Конституция РФ 1993 г. и демонтаж власти Советов.
5. Борьба с сепаратизмом на Северном Кавказе.
6. Президентские и парламентские выборы.

7. Внешняя политика РФ в 90-е годы.
8. Наука и культура в 90-е годы.
9. Международная обстановка в начале XXI столетия.
10. Стабилизация внутренней обстановки и политического строя.
11. Борьба с сепаратизмом на Северном Кавказе, война в Чечне.
12. Изменение вектора внешней политики.
13. Реформа вооруженных сил.
14. Трансформация политического строя.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Общие вопросы курса



РАЗДЕЛ 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX - первой трети XIII в.

РУССКИЕ ЗЕМЛИ в XII — НАЧАЛЕ XIII в.
Буквенные сокращения:
Владимир-В. — Владимир-Волынский;
В. Л. — Волок Ламский; имп. — империя,
з. — земля, кор. — королевство.
Общая граница русских земель в первой четверти XIII в.
границы других государств
примерные границы русских эксклавов, отрезанных от Руси кочевниками
Туров
столичные центры отдельных русских земель и инстранных государств
территории, находившиеся под совместным управлением Новгорода и великих князей Владимирских
территории, осваиваемые и зависимые от русских земель
часть Волынской земли, входившая в состав Польского королевства в 1180—1238 гг.
территория с городом Витебском, подчинявшаяся Смоленску в 1165—1195 гг.
1223
битва на реке Калке: разгром русско-половецких отрядов монголо-татарским войском под командованием Джебе и Субедея
Цифровые обозначения: 1 — Новгрудская земля, 2 — королевство Дания, 3 — Поморье (герцогство Померания в составе Священной Римской империи), 4 — Моравия (в составе Чешского королевства), 5 — Трапезундская империя.

УСИЛЕНИЕ МОСКОВСКОГО КНЯЖЕСТВА и НАЧАЛО БОРЬБЫ с ОРДОЙ (1300—1462 гг.)
ЗЕМЛИ ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА
ЗАОЗЕРЬЕ
КНЯЖ. БЕЛОЗЕРСКОЕ (1362–1389)
КУБЕНА (1425–1462)
(1389–1425)
Великий Устюг
ВЯТСКАЯ ЗЕМЛЯ
КНЯЖ. ГАЛИЦКОЕ (ок. 1364)
КН. ШЕХОНСКОЕ
КН. ЯРОСЛАВСКОЕ
КНЯЖ. КОСТРОМСКОЕ (ок. 1364)
КН. СУЗДАЛЬСКО-НИЖЕГОРОДСКОЕ (1393–1425)
ЧЕРЕМИСЫ (МАРИЙЦЫ)
ЗОЛОТАЯ ОРДА
КН. РЖЕВСКОЕ (1389–1425)
ВЕЛ. КН. ТВЕРСКОЕ
КН. РОСТОВСКОЕ (ок. 1451)
ВЕЛИКОЛУЦКОЕ
ВЛАДИМИРСКОЕ (ок. 1364)
КН. МУРОМСКОЕ (1393)
(1393–1425)
МЕЩЕРА
ВЕЛ. КНЯЖ. РЯЗАНСКОЕ
ВЕРХОВСКИЕ КНЯЖЕСТВА
ВЕЛ. КНЯЖ. ЛИТОВСКОЕ
ТВЕРЬ
МОСКВА
ВЛАДИМИР
РЯЗАНЬ
ПЕРЕЯСЛАВЛЬ РЯЗАНСКИЙ (1393)
ЯРОСЛАВЛЬ
КОСТРОМА
НИЖНИЙ НОВГОРОД
Переяславль Залесский (1302)
Юрьев (ок. 1341)
Суздаль (ок. 1364)
Стародуб (ок. 1364)
Дмитров (ок. 1364)
Троицкий мон.
Городец (ок. 1364)
Кашин (1389–1425)
Углич (ок. 1364)
Бежецкий Верх
Холопий городок
Нерехта (ок. 1364)
Кинешма
Юрьевец
Торжок
Вышний Волочёк
Зубцов
Ржева
Клин
Волок Ламский
Звенигород
Руза
Можайск (1303)
Оболенск
Перемышль (1300)
Верея (1353–1359)
Вязьма
Мстиславль (ок. 1371)
Боровск
Серпухов
Городец Мещерский (Касимов)
Коломна
Темников
Кадом
Муром
Ростиславль
Тарусa (1367–82)
Калуга (1389–1425)
Алексин (1425–62)
Воротынск
Мосальск
Мещевск
Любутск
Серпейск
Перемышль
Тула
Одоев
Белев
Ковельск
Пронск
Брянск
Карачев
Мценск
Новосиль
Городец
Нижний Новгород
Переяславль Залесский
Юрьев
Суздаль
Стародуб
Троицкий мон.
Волок Ламский
Звенигород
Руза
Можайск
Оболенск
Перемышль
Верея
Вязьма
Мстиславль
Боровск
Серпухов
Коломна
Городец Мещерский (Касимов)
Муром
Темников
Кадом
Ростиславль
Тарусa
Калуга
Алексин
Воротынск
Мосальск
Мещевск
Любутск
Серпейск
Перемышль
Тула
Одоев
Белев
Ковельск
Пронск
Брянск
Карачев
Мценск
Новосиль
11 авг. 1378
1365
8 сент. 1380
1367, 1377
1
2
3
4
5
6
7
Московское княжество к началу 1300 г. ("отчина" князя Даниила Александровича)
Территориальные присоединения 1300—1462 гг.:
1300—1340 гг. (при князе Даниле и его сыновьях Юрии и Иване Калите)
1340—1389 гг. (при князьях Симеоне Гордом, Иване II Красном и Дмитрии Донском)
1389—1425 гг. (при князе Василии I Дмитриевиче)
1425—1462 гг. (при князе Василии II Васильевиче Тёмном)
территории Северо-Восточной Руси, не вошедшие в состав московских владений к 1462 г.
территория Верховских княжеств, временно переходивших под власть Москвы
внешние границы русских земель к 1462 г.
(1393) даты присоединения к Московскому княжеству
8 сент. 1380 места и даты важнейших сражений русских войск с ордынскими
Цифрами обозначены русские княжества: 1 — Переяславское, 2 — Можайское, 3 — Юрьевское, 4 — Стародубское, 5 — Угличское, 6 — Дмитровское, 7 — Фоминское

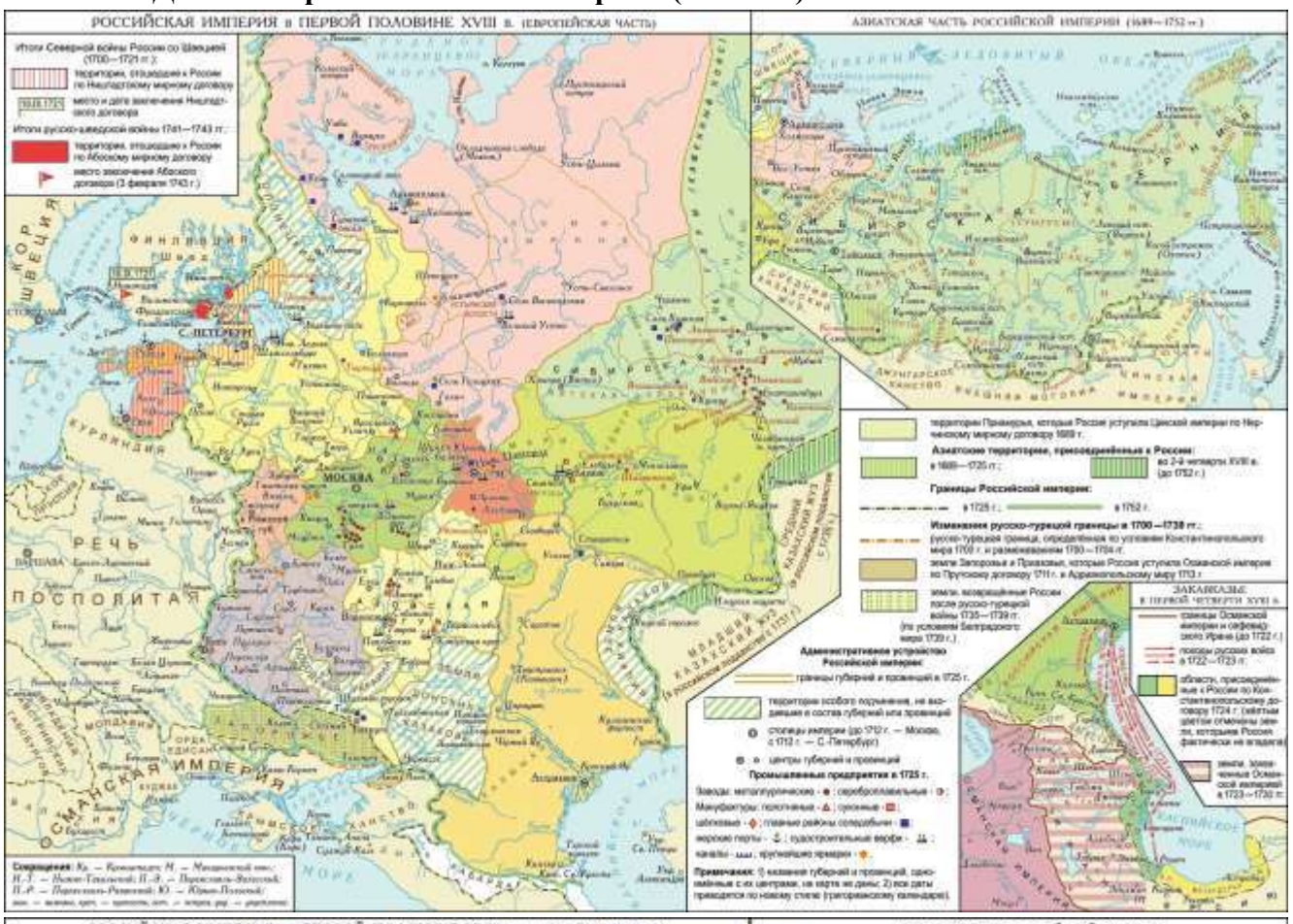
ОБРАЗОВАНИЕ ЕДИНОГО РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА в 1462—1533 гг.
МОСКОВСКОЕ ГОСУДАРСТВО
ВЕЛИКОЕ КНЯЖЕСТВО ЛИТОВСКОЕ
ВЕЛИКОЕ КНЯЖЕСТВО ТВЕРСКОЕ
ВЕЛИКОЕ КНЯЖЕСТВО РЯЗАНСКОЕ
ВЕЛИКОЕ КНЯЖЕСТВО ПЕРМСКОЕ
ВЕЛИКАЯ ОРДА
НОГАЙСКАЯ ОРДА
КАЗАНСКОЕ ХАНСТВО (с 1438 г.)
АСТРАХАНСКОЕ ХАНСТВО (с 1459 г.)
КРЫМСКОЕ ХАНСТВО (с 1441 г.)
СИБИРСКОЕ ХАНСТВО
УРАЛЬСКИЕ ГОРЫ (КАМЕННЫЙ ПОЯС)
ЛИВОНСКИЙ ОРДЕН
ВЕЛИКОЕ КНЯЖЕСТВО ЛИТОВСКОЕ
КОРОЛЕВСТВО ПОЛЬСКОЕ
ВЕНГРИЯ
ШВЕЦИЯ
ДАНИЯ (Швед.)
МОСКВА
ВИЛЬНО
РИГА
КАЗАНЬ
САРАЙ
АСТРАХАНЬ
БАХЧИСАРАЙ
Кольский п-ов
Соловецкий мон.
Холмогоры
Окладникова слобода
Пустозерский острог
Сольвычегодская
Вел. Устюг
Чердынь
Усолье
Слободской
Орлов
Хлынов
Котельнич
Кострома
Галич
Вологда
Белоозеро
Ладога
Устюжна
Вел. Новгород
Псков
Старая Русса
Изборск
Остров
Опочка
Торопец
Торжок
Ржева
Гдов
Нарва
Ям
Ивангород
Копорье
Орешек
Выборг
Корела
Нейшлот
Ревель
Дерпт
Эзель
Аландские о-ва
Ботнический залив
Балтийское море
Белое море
Студёное (Баренцево) море
Мурманский берег
Терский берег
Карельский берег
Двинская земля
Пермь Великая
Пермь Вычегодская
Коми-Зырянский край
Малая Пермь
Вятская земля
Земля вотяков и удмуртов
Черемисы (Мари)
Мордва
Чувашия
Башкирия
Ярославль
Ростов
Углич
Городец
Владимир
Тверь
Нижний Новгород
Муром
Переяславль Рязанский
Рязань
Коломна
Калуга
Тула
Серпейск
Козельск
Вязьма
Брянск
Мценск
Новосиль
Елец
Трубчевск
Стародуб
Новгород-Северский
Путивль
Чернигов
Любеч
Туров
Гомель
Пинск
Брест
Варшава
Люблин
Владимир-Волынский
Белз
Львов
Киев
Переяславль
Каменец Подольский
Мукачево
Клуж
Сучава
Ясси
Аккерман
Тырговиште
Валахия
Молдавия
Княж.
Каспийское море
Азовское море
Чёрное море
Цифрами обозначены: 1 — кн. Ярославское, 2 — кн. Ростовское, 3 — вел. кн. Тверское, 4 — кн. Елецкое, 5 — Псковская земля, 6 — Тевтонский орден (с 1525 г. герцогство Прусское)
Османская империя и её вассалы
Земли Великого княжества Литовского, присоединённые к Российскому государству в 1494—1535 гг.:
Вязьма и часть Верховских княжеств (по договору 1494 г.)
Новгород-Северские и другие земли (по договору 1503 г., подверждённому в 1508 г.)
Смоленская земля (по договору 1514 г.)
город Себеж с округой (в 1535 г.)
владения великих князей Московских к 1462 г.
территории, присоединённые в правление вел. князя Ивана III Васильевича (1462—1505)
территории, присоединённые в правление вел. князя Василия III Ивановича (1505—1533)
1485 годы присоединений
границы государств в 1490 г.

РОССИЙСКОЕ ГОСУДАРСТВО в 1535—1600 гг. (ЕВРОПЕЙСКАЯ ЧАСТЬ)
территория Российского государства к 1535 г.
территории, присоединённые и осваиваемые в 1552—1600 гг. (с годами присоединений)
Османская империя и её вассалы
границы Вел. княж. Литовского до и после объединения с Польшей в Речь Посполитую (1569 г.)
границы государств в 1600 г.
Изменение границ по итогам Ливонской войны (1558—1583):
Ливонские земли, отошедшие к Речи Посполитой (по Ям-Запольскому перемирию с Россией 1582 г.)
"----" к Швеции (по Плюсскому перемирию 1583 г.)
острова Эзель и Муху, отошедшие к Датскому королевству в 1582 г. (с 1645 г. — к Швеции)
земли России, отошедшие к Швеции по Плюсскому перемирию 1583 г. и возвращённые назад по Тявзинскому миру 1595 г.

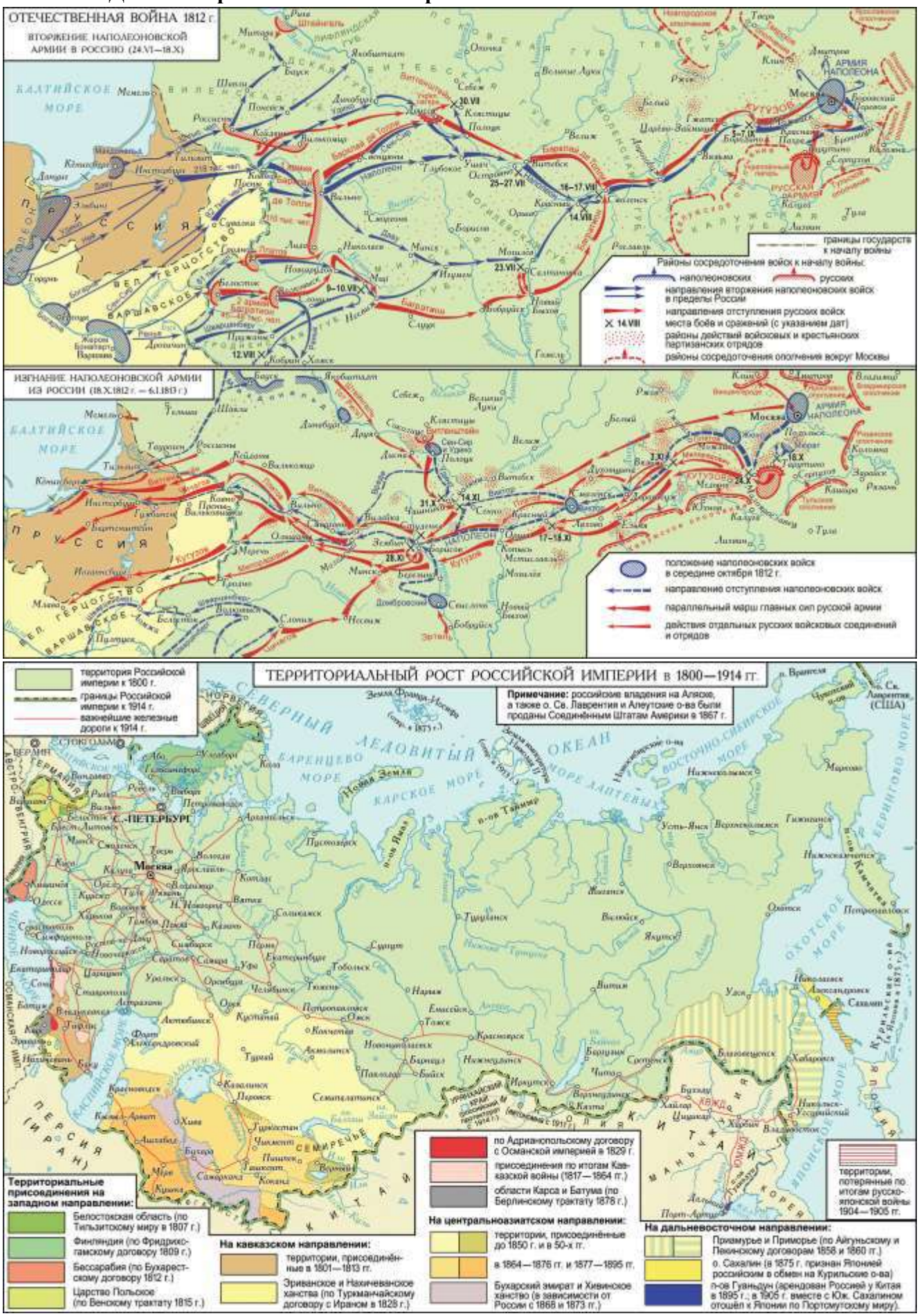
РОССИЯ в СМУТНОЕ ВРЕМЯ (1604—1618 гг.)
границы государств в 1600 г.
поход на Москву Лжедмитрия I в 1604—1605 гг.
район восстания И. Болотникова к концу 1606 г.
поход И. Болотникова на Москву и его отступление к Калуге и Туле (1606—1607 гг.)
поход на Москву Лжедмитрия II в 1608 г.
битвы правительственных войск со сторонниками самозванцев и интервентами
КОРЕЛИЯ
ШВЕЦИЯ
ЭСТЛЯНДИЯ
ЛИВОНИЯ
Финский залив
Ладожское оз.
Онежское оз.
Белое оз.
Кубенское оз.
Плещеево оз.
Чудское оз.
Псковское оз.
Выборг
Корела
IX.1610—III.1611
Шлиссельбург
Ладога
Орешек
Копорье
Нарва
Ивангород
Ям
Гдов
Тесово
Тявзино
Вел. Новгород
Броницын
Старая Русса
Порхов
Псков
9.VIII—27.X.1615
Изборск
Остров
Красный
Опочка
Себеж
Невель
Вел. Луки
Торопец
Холм
Друя
Полоцк
Усвят
Велиж
Витебск
Чашники
Смоленск
Орша
Борисов
Минск
Могилёв
Шклов
Копысь
Мстиславль
Кричев
Пропойск
Рогачёв
Бобруйск
Чечерск
Гомель
Речица
Мозырь
Лоев
Брагин
Любеч
Чернигов
Моравск
Вышгород
Остёр
Ромны
Глинск
Киев
Прилуки
Пжедм.I 1604
из Львова
Столбово
9.III.1617
Тихвин (Успенский мон.)
4.VI—25.IX.1613
Делагарди
Скопин-Шуйский 1609
Шуйский погост
Олонецкий погост
Сермакса
1614
Выборг 1610
Каргополь
Архангельск
Анджомский погост
Толвуйский погост
Кириллов мон.
Белоозеро
Вологда
Соль Галицкая
Чухлома
Галич
Унжа
Пошехонье
Устюжна
Антониев мон.
Бежецкий Верх
Вышний Волочёк
Торжок
Тверь
Старица
Ржев
Зубцов
Белая
Волок Ламский
Дмитров
Клин
Кашин
Углич
Ярославль
Романов
Ипатьевский мон.
Кострома
Кинешма
Юрьевец
Плёс
Нерехта
Ростов
Дунилово
Шуя
Холуй
Суздаль
Городец
Лух
Балахна
Нижний Новгород
Васильсурск
Курмыш
Арзамас
Муром
Касимов
Темников
Калом
Переяславль Рязанский
Зарайск
Кашира
Алексин
Веневъ
Михайлов
Песочня
Шацк
Пронск
Ряжск
Сапожок
Епифань
Данков
Лебедянь
Новосиль
Елец
Орёл
Кромы
Линск
Курск
Воронеж
Оскол
Рыльск
Путивль
Белгород
Валуйки
Карачев
Брянск
Мценск
Болхов
Почеп
Трубчевск
Стародуб
Новгород-Северский
Севск
Добряничи
Пжедм.I 1605
Пжедм.II 1608
Лжедмитрий II 1608
Попова Гора
Ельня
Вязьма
Можайск
Клушино
1610
Звенигород
Рузса
Волоколамск
Тушино
МОСКВА
Коломенское
Троицкое
Коломна
Боровск
Серпухов
Малоярославец
Медынь
Тарусa
Калуга
Перемышль
Лихвин
Белёв
Одоев
Дедилов
Тула
Воротынск
Серпейск
Мещовск
Ковельск
Рославль
Мосальск
Дорогобуж
26.IX.1609—13.VI.1611
Троице-Сергиев мон.
3.X.1608—22.I.1610
Переславль
Ростов
Ипатьевский мон.
Кострома
Романов
Ярославль
Углич
Кашин
Калязин мон.
Старица
Клин
Дмитров
Волок Ламский
Зубцов
Ржев
Тверь
Торжок
Вышний Волочёк
Белая
Звенигород
Можайск
Клушино
Вязьма
Верея
Боровск
Малоярославец
Серпухов
Медынь
Тарусa
Калуга
Перемышль
Лихвин
Белёв
Одоев
Дедилов
Тула
Воротынск
Серпейск
Мещовск
Ковельск
Рославль
Мосальск
Дорогобуж
Смоленск
Витебск
Чашники
Орша
Борисов
Минск
Могилёв
Шклов
Копысь
Мстиславль
Кричев
Пропойск
Рогачёв
Бобруйск
Чечерск
Гомель
Речица
Мозырь
Лоев
Брагин
Любеч
Чернигов
Моравск
Вышгород
Остёр
Ромны
Глинск
Киев
Прилуки
Пжедм.I 1604
из Львова
Новгород-Северский
Севск
Добряничи
Пжедм.I 1605
Пжедм.II 1608
Лжедмитрий II 1608
Попова Гора
Ельня
Трубчевск
Стародуб
Карачев
Брянск
Мценск
Болхов
Почеп
Орёл
Кромы
Линск
Курск
Воронеж
Оскол
Рыльск
Путивль
Белгород
Валуйки
Данков
Лебедянь
Новосиль
Елец
Ряжск
Епифань
Сапожок
Шацк
Пронск
Песочня
Лопухова
Зарайск
Переяславль Рязанский
Кашира
Алексин
Веневъ
Михайлов
Тула
Воротынск
Одоев
Дедилов
Белёв
Крапивна
Серпейск
Мещовск
Ковельск
Рославль
Мосальск
Дорогобуж
Смоленск
Витебск
Чашники
Орша
Борисов
Минск
Могилёв
Шклов
Копысь
Мстиславль
Кричев
Пропойск
Рогачёв
Бобруйск
Чечерск
Гомель
Речица
Мозырь
Лоев
Брагин
Любеч
Чернигов
Моравск
Вышгород
Остёр
Ромны
Глинск
Киев
Прилуки
Пжедм.I 1604
из Львова
Шведская интервенция в Россию:
1611
действия шведских войск в пределах России после битвы при Клушино (1610 г.)
примерные границы русских земель, захваченных шведами к 1613 г.
9.III.1617
место и дата заключения Столбовского мира между Россией и Швецией
земли, уступленные Швеции по Столбовскому миру 1617 г.
Борьба со смутой и интервенцией:
IX.1610—III.1611
оборона русских крепостей (чёрным цветом помечены даты капитуляции гарнизонов)
движение к Москве войск Скопина-Шуйского и Шереметева в 1609 г.
"—" 1-го ополчения во главе с Ляпуновым и Трубецким в 1611 г.
"—" 2-го ополчения во главе с Мининым и Пожарским в 1612 г.
города, участвовавшие во 2-м ополчении
Польско-литовская интервенция в Россию:
основное направление вторжений польско-литовских войск в 1609—1618 гг.
11.XII.1618
место и дата заключения Деулинского перемирия между Россией и Речью Посполитой
земли, уступленные Речи Посполитой по Деулинскому перемирию 1618 г.
Примечание: все даты приводятся по новому стилю (григорианскому календарю).
Сокращения: А. – Александровская слобода, Ип. – Ипатьевский монастырь, П. — Переяславль-Залесский, Ю. — Юрьев-Польский

ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА РОССИИ в 1618—1689 гг. (ЕВРОПЕЙСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ)
территория Российского государства в 1618—1632 гг.
границы государств в 1686 г.
территории, захваченные Швецией у Дании и Речи Посполитой (с указанием года)
Итоги русско-шведской войны 1656—1661 гг.:
место заключения Валиесарского перемирия между Россией и Швецией 20 декабря 1658 г.
границы ливонских земель, отошедших к России по Валиесарскому перемирию
1.VII.1661 место и дата заключения Кардисского мира: отказ России от всех завоеваний в Ливонии
Борьба с османской экспансией:
Османская империя и её вассалы
земли Речи Посполитой, временно захваченные Османской империей в 1672 г. (окончательно возвращены по решению Карловицкого конгресса в 1699 г.)
основной район русско-турецкой войны 1672—1681 гг.
1677 оборона Чигирина от турецко-татарских войск в августе 1677 г.
Белгородская и Изюмская оборонительные линии ("черты")
Итоги Смоленской (русско-польской) войны 1632—1634 гг.:
14.VI.1634 место и дата заключения Поляновского мира между Россией и Речью Посполитой (1634 г.)
территории, возвращённые России по Поляновскому миру и размежеваниям 30—40-х годов
Итоги русско-польской войны 1654—1667 гг.
1654 Переяславская рада: провозглашение воссоединения Украины с Россией (8 января 1654 г.)
9.II.1667 Место и дата заключения Андрусовского перемирия между Россией и Речью Посполитой
территории, которые Речь Посполитая уступила России по Андрусовскому перемирию 1667 г.
территории Запорожья, для которых в 1667 г. предусматривался двойной, русско-польский, протекторат; (закреплены за Россией по Вечному миру 1686 г.)
Себеж Невель Велиж города с округами (Себеж, Невель, Велиж), которые Россия возвратила Речи Посполитой в обмен на Киев с округой в 1678 г.
Киев с округой, фактически уступленный России по Андрусовскому перемирию 1667 г. (закреплён за ней по договору 1678 г. и по Вечному миру 1686 г.)
КОРОЛЕВСТВО ШВЕЦИЯ
ФИНЛЯНДИЯ
КАРЕЛИЯ
ИНГРИЯ
ЭСТЛЯНДИЯ
ЛИФЛЯНДИЯ
КУРЛЯНДИЯ
ЖЕМАЙТИЯ
ПРУССИЯ
ВЕЛ. КНЯЖ. ЛИТОВСКОЕ
РЕЧЬ ПОСПОЛИТАЯ
ВОЛЫНЬ
ПОДОЛЬСКАЯ
ГАЛИЦКО-ВОЛОДИМИРСКОЕ КНЯЖ.
ТРАНСИЛЬВАНИЯ
МОЛДАВИЯ
ВАЛАХИЯ
ЗАПОРОЖЬЕ
ОРДА
ЕДИСАН
КРЫМСКОЕ ХАНСТВО
ДОНСКИЕ КАЗАКИ
РОССИЙСКОЕ ГОСУДАРСТВО
СТОКГОЛЬМ
ВАРШАВА
МОСКВА
Балтийское море
Финский залив
Рижский залив
Ботнический залив
Чёрное море
Азовское море
Аб
Выборг
Кексгольм (Корела)
Олонец
Нюшлот
Нотебург (Орешек)
Тихвин
Ревель
Нарва
Ям
Ладога
Валиесар
Кардис
Дерпт
Гдов
Вел. Новгород
Псков
Старая Русса
Остров
Холм
Красный
Опочка
Торопец
Вел. Луки
Себеж
Невель
Ржев
Волок Ламский
Можайск
Коломна
Серпухов
Зарайск
Калуга
Тула
Дорогобуж
Вязьма
Смоленск
Витебск
Полоцк
Велиж
Сёмлево
Орша
Могилёв
Мстиславль
Андрусово
Сергиск
Масальск
Козельск
Пронск
Шацк
Рижск
Мокшан
Пенза
Болхов
Мценск
Лебедянь
Брянск
Орёл
Елец
Ливны
Тамбов
Усмань
Стародуб
Трубчевск
Гомель
Новгород-Северский
Севск
Курск
Рыльск
Оскол
Воронеж
Ольшанск
Острожск
Путивль
Ромны
Белгород
Новый Оскол
Чернигов
Конотоп
Харьков
Валуйка
Чугуев
Полтава
Царёв-Борисов
Изюм
Переволочна
Переяслав
Кременчуг
Черкассы
Чигирин
Умань
Бахмутское
Раздорск
Черкасск
Азов
Кизи-Кермен
Очаков
Перекоп
Аккерман
Килия
Бендеры
Фокшаны
Галац
Сибиу
Клуж
Сигет
Сатмар
Сучава
Ясси
Ягорлык
Хотин
Каменец
Жванец
Збараж
Тернополь
Львов
Перемышль
Люблин
Холм
Замостье
Брест-Литовский
Пинск
Дрогичин
Рогачев
Слуцк
Гродно
Минск
Вильно
Ковно
Кенигсберг
Велау
Мемель
Динабург
Варняй
Митава
Рига
Либава
Паланга
Гольдинген
Вилна
Ломжа
Новогрудок
Проскен
Тильзит
Остров Даго
Остров Эзель
Остров Готланд
1645
1629
1654
1677
1.VII.1661
14.VI.1634
9.II.1667

РАЗДЕЛ 5. Мир и Россия в Новое время (XVIII в.)

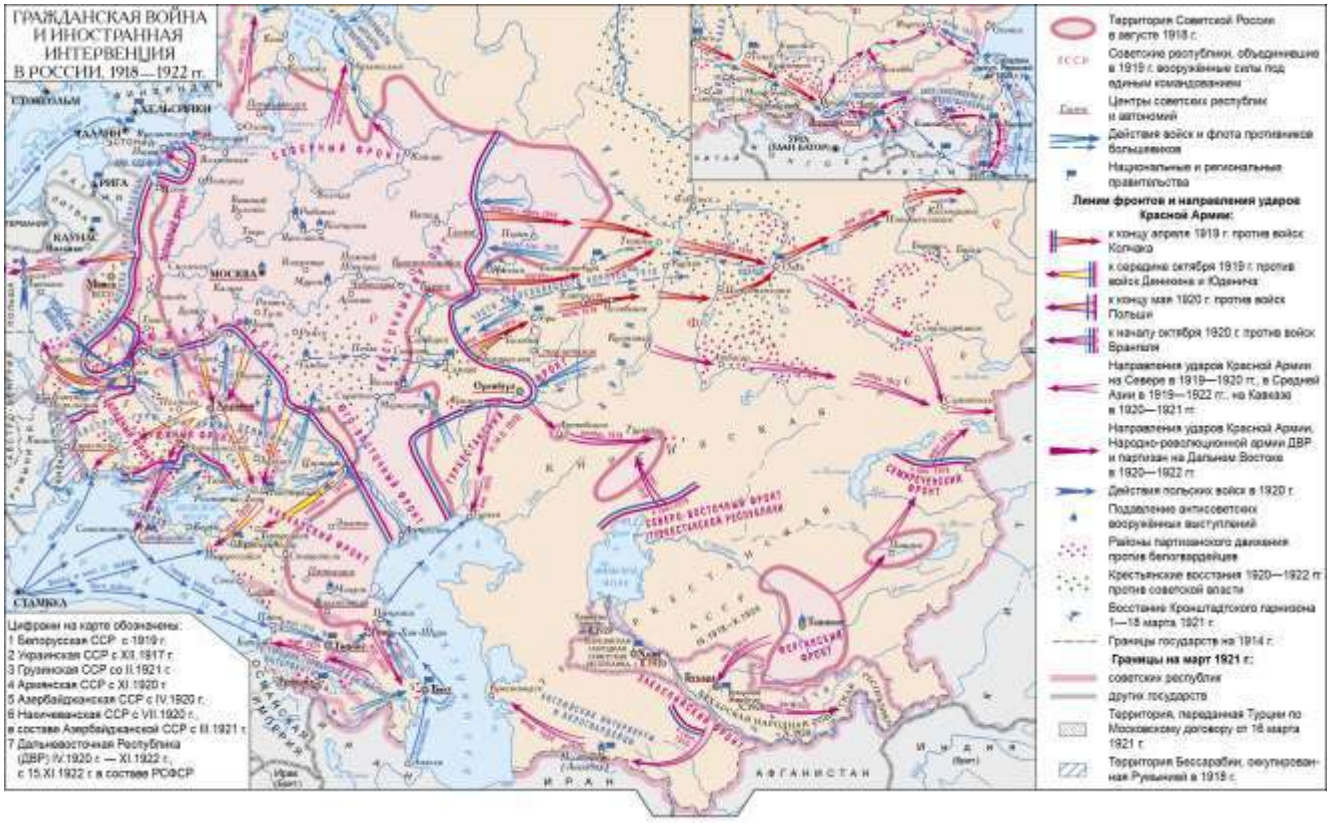


РАЗДЕЛ 6. Мир и Российская империя в XIX – начале XX в.



РОССИЯ в ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЕ (1914—1918 гг.)
Гельсингфорс (Хельсинки)
Великий Устюг
СТОКГОЛЬМ
Кронштадт
ПЕТРОГРАД
Ревель
Пермь
Новгород
Вологда
Вятка
Псков
Кострома
Ижевский
Рига
Ярославль
Елгава
Двинск
Тверь
Ниж. Новгород
Казань
Кёнигсберг
Данциг
Москва
Владимир
Вильно
Витебск
Р О С С И Я
Гумбинен
Сувалки
Симбирск
Смоленск
Рязань
Могилёв
Ломжа
Минск
Тула
Сызрань
Самара
Калиш
Варшава
Брянск
Пенза
Лодзь
Брест-Литовск
Орёл
Холм
Гомель
Кельцы
Курск
Воронеж
Саратов
Уральск
Краков
Сумы
Перемышль
Львов
Житомир
Киев
Харьков
Галич
А В С Т Р О -
Каменец-Подольский
Черновцы
Екатеринослав
Луганск
Царицын
В Е Н Г Р И Я
Кишинёв
Николаев
Таганрог
Ростов-на-Дону
Астрахань
Одессa
Херсон
БЕЛГРАД
БУХАРЕСТ
Симферополь
Екатеринодар
Севастополь
Новороссийск
Пятигорск
Грозный
СОФИЯ
Варна
Сухум
Владикавказ
Темир-Хан-Шура
Бургас
Синоп
Батум
Тифлис
СТАМБУЛ (КОНСТАНТИНОПОЛЬ)
Трабзон
Баку
Карс
Эрзурум
Эривань
АФИНЫ
О С М А Н С К А Я
Харпут
И М П Е Р И Я
оз. Ван
оз. Урмия
границы Российской империи и других государств в 1914 г.
государства Антанты и их союзники
Германия и её союзники
государства, сохранявшие нейтралитет
Военные действия на Восточно-Европейском театре и Кавказском фронте:
линия фронта к концу 1914 г.
линия фронта к концу 1915 г.
линия фронта к концу 1916 г.
действия российских войск
действия австро-германских и турецких войск
Цифровые обозначения (для обеих карт):
1 — Черногория, 2 — Албания, 3 — Норвегия

БРЕСТСКИЙ МИР (3 МАРТА 1918 г.)
ШВЕЦИЯ
СТОКГОЛЬМ
ГЕЛЬСИНГФОРС (ХЕЛЬСИНКИ)
ПЕТРОГРАД
ПЕТРОЗАВОДСК
КОТЛАС
ВЕЛ. УСТЮГ
ПЕРМЬ
ВЯТКА
ИЖЕВСКИЙ
РЕВЕЛЬ
ВОЛОГДА
НОВГОРОД
КОСТРОМА
ПСКОВ
ЯРОСЛАВЛЬ
РИГА
ТВЕРЬ
КАЗАНЬ
ВЛАДИМИР
НИЖ. НОВГОРОД
РОССИЯ
ДАНЦИГ
КЁНИГСБЕРГ
ВИЛЬНО
ДВИНСК
МОСКВА
СИМБИРСК
ГЕРМАНИЯ
МИНСК
СМОЛЕНСК
РЯЗАНЬ
СЫЗРАНЬ
САМАРА
3.III.1918
МОГИЛЁВ
БРЯНСК
ТУЛА
ПЕНЗА
БАРАНОВИЧИ
ВАРШАВА
БРЕСТ-ЛИТОВСК
САРАТОВ
УРАЛЬСК
ГОМЕЛЬ
КУРСК
ВОРОНЕЖ
КРАКОВ
КИЕВ
ЛЬВОВ
ХАРЬКОВ
АВСТРО-
КАМЕНЕЦ-ПОДОЛЬСКИЙ
ЦАРИЦЫН
БУДАПЕШТ
-ВЕНГРИЯ
ЕКАТЕРИНОСЛАВ
РОСТОВ-НА-ДОНУ
ЯССЫ
КИШИНЁВ
НИКОЛАЕВ
ТАГАНРОГ
НОВОЧЕРКАССК
АСТРАХАНЬ
ХЕРСОН
ОДЕССА
БЕЛГРАД
РУМЫНИЯ
БУХАРЕСТ
СИМФЕРОПОЛЬ
СТАВРОПОЛЬ
НОВОРОССИЙСК
СЕВАСТОПОЛЬ
СЕРБИЯ
ВЛАДИКАВКАЗ
СОФИЯ
БОЛГАРИЯ
ЧЁРНОЕ МОРЕ
СУХУМ
СИНОП
БАТУМ
ТИФЛИС
СТАМБУЛ
ТРАБЗОН
АРДАГАН
БАКУ
САЛОНИКИ
КАРС
ЭРИВАНЬ
ГРЕЦИЯ
АНГОРА (АНКАРА)
ЭРЗЕРУМ
ОСМАНСКАЯ ИМПЕРИЯ
ВАН
ХОЙ
ИРАН
КАЙСАРИЯ
границы Российской империи и других государств к началу Первой мировой войны
линия фронта к началу мирных переговоров в Брест-Литовске (3 декабря 1917 г.)
граница, на которой настаивала Германия в январе 1918 г.
граница по Брестскому миру от 3 марта 1918 г. (к югу от Брест-Литовска границу должен был определить договор с Центральной Радой)
3.III.1918
место и дата заключения Брестского мира
территории, захваченные Германией и её союзниками к началу мирных переговоров в Брест-Литовске (3 декабря 1917 г.)
территории, захваченные Германией и её союзниками к августу 1918 г.
Бессарабия, оккупированная Румынией в январе 1918 г.



РАЗДЕЛ 8. СССР в межвоенный период (20-30-е гг. XX в.)

ВЕЛИКАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ВОЙНА.
22 июня 1941 г. — 18 ноября 1942 г.
Группировка войск Германии и её союзников к 22 июня 1941 г. положение советских войск
Направления ударов немецко-фашистских войск в июне—ноябре1941 г.
Контрудары советских войск
Окружённые группировки советских войск
Линия фронта к исходу 4 декабря 1941 г.
Контрнаступление под Москвой и общее наступление советских войск в декабре 1941 г. — апреле 1942 г.
Линия фронта к исходу 20 апреля 1942 г.
Направления ударов немецко-фашистских войск в мае—ноябре 1942 г.
Линия фронта к исходу 18 ноября 1942 г.
БФ Балтийский флот
ВГК Верховное главнокомандование
ГА Группа армий
Цифрами обозначены:
1. Генерал-губернаторство (Польша)
2. Карело-Финская ССР
3. Эстонская ССР
4. Латвийская ССР
5. Литовская ССР
6. Молдавская ССР
СЕВЕРНЫЙ ФЛОТ
БАРЕНЦЕВО МОРЕ
БЕЛОЕ МОРЕ
БАЛТИЙСКОЕ МОРЕ
ЧЁРНОЕ МОРЕ
КАСПИЙСКОЕ МОРЕ
АЗОВСКОЕ МОРЕ
ФИНСКИЙ ФЛОТ
НЕМЕЦКИЙ ФЛОТ
РУМЫНСКИЙ ФЛОТ
ЧЕРНОМОРСКИЙ ФЛОТ
ЛЕНИНГРАДСКИЙ ФРОНТ
ВОЛХОВСКИЙ ФРОНТ
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФРОНТ
КАЛИНИНСКИЙ ФРОНТ
ЗАПАДНЫЙ ФРОНТ
БРЯНСКИЙ ФРОНТ
ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ФРОНТ
ВОРОНЕЖСКИЙ ФРОНТ
ДОНСКОЙ ФРОНТ
СТАЛИНГРАДСКИЙ ФРОНТ
ЮЖНЫЙ ФРОНТ
ЗАКАВКАЗСКИЙ ФРОНТ
СЕВЕРНЫЙ ФРОНТ
КАРЕЛЬСКАЯ АРМИЯ (фин.)
ЮГО-ВОСТОЧНАЯ АРМИЯ (фин.)
АРМИЯ «НОРВЕГИЯ» (нем.)
ГА «СЕВЕР»
ГА «ЦЕНТР»
ГА «ЮГ»
ГА «Б»
ВЕНГЕРСКИЙ КОРПУС
РУМЫНСКИЕ ВВС
Ставка ВГК
Мурманск
Архангельск
Петрозаводск
Челябинск
Ленинград
Тихвин
Волхов
Новгород
Псков
Рига
Калинин
Вязьма
МОСКВА
Горький
Казань
Куйбышев
Пенза
Рязань
Тамбов
Саратов
Тула
Орёл
Курск
Воронеж
Харьков
Сталинград
Ворошиловград
Гурьев
Ростов-на-Дону
Астрахань
Элиста
Ворошиловск
Краснодар
Сочи
Грозный
Орджоникидзе
Сухуми
Керчь
Севастополь
Новороссийск
Одесса
Кишинёв
Запорожье
Днепропетровск
Кировоград
Винница
Житомир
Ровно
Львов
Проскуров
Чернигов
Гомель
Брянск
Могилёв
Витебск
Минск
Вильнюс
Каунас
Варшава
Белосток
Брест
Краков
Кенигсберг
Данциг
Познань
Бреслау
Берлин
Прага
Вена
Будапешт
Белград
Бухарест
София
Константа
Стокгольм
Хельсинки
Таллин
Рига
Умео
Ботнический залив
Кандалакша
Кемь
Беломорск
Полярный
Киркенес
Нарвик
Тронхейм
Осло
Гётеборг
Мальмё
Копенгаген
Ютландия
Фюн
Зеландия
Борнхольм
Готланд
Висла
Одер
Эльба
Рейн
Дунай
Днепр
Волга
Дон
Кама
Ока
Северная Двина
Печора
Обь
Урал
Каспийское море
Аральское море
Балхаш
Иртыш
Новосибирск
Омск
Тюмень
Свердловск
Челябинск
Пермь
Киров
Вологда
Архангельск
Норвегия
Швеция
Финляндия
Германия
Польша
Словакия
Венгрия
Румыния
Сербия
Болгария
Турция
Иран
Ирак
Сирия
Ливан
Палестина
Египет
Ливия
Тунис
Алжир
Марокко
Испания
Португалия
Франция
Бельгия
Голландия
Дания
Англия
Ирландия
Исландия
Гренландия
Канада
США
Мексика
Куба
Бермудские острова
Багамские острова
Ямайка
Гаити
Доминиканская Республика
Пуэрто-Рико
Виргинские острова
Малые Антильские острова
Тринидад
Венесуэла
Колумбия
Эквадор
Перу
Бразилия
Боливия
Парагвай
Чили
Аргентина
Уругвай
Гондурас
Никарагуа
Коста-Рика
Панама
Гватемала
Сальвадор
Белиз
Мексиканский залив
Карибское море
Тихий океан
Атлантический океан
Индийский океан
Красное море
Персидский залив
Средиземное море
Чёрное море
Балтийское море
Северное море
Ирландское море
Ла-Манш
Бискайский залив
Гибралтар
Суэцкий канал
Панамский канал
Мадагаскар
Австралия
Новая Зеландия
Япония
Китай
Монголия
Корея
Индия
Пакистан
Афганистан
Непал
Бирма
Таиланд
Вьетнам
Малайзия
Индонезия
Филиппины
Новая Гвинея
Соломоновы острова
Гавайские острова
Фиджи
Самоа
Тонга
Новая Каледония
Таити
Пасхи остров
Галапагосские острова
Мадейра
Канарские острова
Азорские острова
Кабо-Верде
Сенегал
Гвинея
Либерия
Сьерра-Леоне
Гана
Нигерия
Камерун
Конго
Габон
Ангола
Намибия
Южная Африка
Зимбабве
Замбия
Танзания
Кения
Уганда
Эфиопия
Сомали
Судан
Чад
Нигер
Мали
Буркина-Фасо
Мавритания
Западная Сахара
Алжир
Тунис
Ливия
Египет
Израиль
Иордания
Ливан
Сирия
Ирак
Иран
Афганистан
Пакистан
Индия
Непал
Бирма
Таиланд
Вьетнам
Малайзия
Индонезия
Филиппины
Новая Гвинея
Австралия
Новая Зеландия
Япония
Китай
Монголия
Корея
Индия
Пакистан
Афганистан
Непал
Бирма
Таиланд
Вьетнам
Малайзия
Индонезия
Филиппины
Новая Гвинея
Австралия
Новая Зеландия
Япония
Китай
Монголия
Корея

ВЕЛИКАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ВОЙНА.
19 ноября 1942 — конец 1943 г.
Линия фронта к исходу 18 ноября 1942 г.
Направления ударов советских войск в ноябре 1942 — марте 1943 г.
Контрнаступление германских войск под Харьковом в феврале— марте 1943 г.
Линия фронта в марте — начале июля 1943 г.
Направления ударов советских войск в июле—декабре 1943 г.
Направления ударов германских войск в битве на Курской дуге в июле 1943 г.
Контрудары германских войск
Линия фронта к исходу 23 декабря 1943 г.
ФИНЛЯНДИЯ
ОПЕРАТИВНЫЕ ФИНСКИЕ ГРУППИРОВКИ
КАРЕЛЬСКИЙ ФРОНТ
ЛЕНИНГРАДСКИЙ ФРОНТ
ВОЛХОВСКИЙ ФРОНТ
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФРОНТ
КАЛИНИНСКИЙ ФРОНТ
ЗАПАДНЫЙ ФРОНТ
БРЯНСКИЙ ФРОНТ
ЦЕНТР. ФР.
ВОРОНЕЖСКИЙ ФРОНТ
1-й УКР. ФР.
ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ФРОНТ
2-й УКР. ФР.
ДОНСКОЙ ФРОНТ
3-й УКР. ФР.
СТАЛИНГРАДСКИЙ ФРОНТ
4-й УКР. ФР.
ЮЖНЫЙ ФРОНТ
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФРОНТ
ЗАКАВКАЗСКИЙ ФРОНТ
СЕВЕРНАЯ ГРУППА ВОЙСК
ЧЕРНОМОРСКИЙ ФЛОТ
ФИНСКИЙ ФЛОТ
ГЕРМАНСКИЙ ФЛОТ
РУМЫНСКИЙ ФЛОТ
Ставка ВГК
МОСКВА
ХЕЛЬСИНКИ
Таллин
Рига
Вильнюс
Минск
Киев
Кишинёв
Одесса
Севастополь
Керчь
Новороссийск
Сочи
Сухуми
Поти
Тбилиси
Ереван
Баку
Анкара
Стамбул
Синоп
Ростов-на-Дону
Сталинград
Воронеж
Курск
Харьков
Смоленск
Ленинград
Мурманск
Архангельск
Вологда
Ярославль
Горький
Казань
Куйбышев
Саратов
Пенза
Тамбов
Тула
Рязань
Орёл
Брянск
Гомель
Могилёв
Витебск
Великие Луки
Ржев
Вязьма
Калинин
Тихвин
Новгород
Старая Русса
Псков
Петрозаводск
Вытегра
Кронштадт
Выборг
Кировоград
Кривой Рог
Запорожье
Мелитополь
Харьков
Белгород
Сумы
Житомир
Винница
Тернополь
Ровно
Пинск
Брест
Ковель
Львов
Черновцы
Ясса
Констанца
Варна
Бургас
Элиста
Астрахань
Грозный
Орджоникидзе
Краснодар
Ставрополь
Армавир
Туапсе
Пятигорск
Майкоп
Ейск
Сальск
Утта
Гурьев
Уральск
Ворошиловград
Ворошиловск
Котельниковский
Морозовск
Миллерово
Россошь
Старый Оскол
Курская дуга
Днепр
Припять
Десна
Сож
Ока
Волга
Кама
Дон
Северский Донец
Молдавская ССР
Румыния
Болгария
Турция
Латвийская ССР
Литовская ССР
Белорусская ССР
Эстонская ССР
Карело-Финская ССР
Казахская ССР
Грузинская ССР
Азербайджанская ССР
Балтийское море
Белое море
Баренцево море
Азовское море
Чёрное море
Каспийское море

ВЕЛИКАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ВОЙНА.
Январь 1944 — 9 мая 1945 г.
Линия фронта к исходу декабря 1943 г.
Направления ударов советских войск в конце 1943 — середине 1944 г.
Линия фронта к середине июня 1944 г.
Направления ударов советских войск в июне—декабре 1944 г.
Линия фронта к исходу декабря 1944 г.
Направления ударов советских войск в январе—мае 1945 г.
Направления ударов союзных войск
Направления ударов Народно-освободительной армии Югославии (НОАЮ)
Направления контрударов войск противника
Окружённые и ликвидированные группировки войск противника
Рубеж выхода советских войск и войск союзников к концу войны
8.V.1945 Подписание Акта о безоговорочной капитуляции вооружённых сил Германии по центральноевропейскому времени
Цифрами обозначены:
1 Нидерланды
2 Бельгия
3 Генерал-губернаторство
4 Богемия и Моравия
5 Черногория
НОРВЕГИЯ
ОСЛО
ХЕЛЬСИНКИ
СТОКГОЛЬМ
КОПЕНГАГЕН
ДАНИЯ
АМСТЕРДАМ
БЕРЛИН
Прага
БРАТИСЛАВА
БУДАПЕШТ
ЗАГРЕБ
БЕЛГРАД
РИМ
СОФИЯ
БУХАРЕСТ
МИНСК
КИЕВ
МОСКВА
Мурманск
Петрозаводск
Архангельск
Вологда
Ярославль
Горький
Рязань
Тула
Орёл
Воронеж
Курск
Харьков
Запорожье
Ростов-на-Дону
Одесса
Севастополь
Николаев
Кишинев
Львов
Брест
Смоленск
Псков
Рига
Таллин
Вильнюс
Минск
Могилёв
Витебск
Гомель
Житомир
Винница
Тернополь
Ужгород
Краков
Варшава
Познань
Бреслау
Кёнигсберг
Данциг
Кольберг
Гамбург
Бремен
Магдебург
Лейпциг
Дрезден
Кёльн
Карлсруэ
Мюнхен
Инсбрук
Линц
Вена
Триест
Верона
Турин
Пескара
Котор
Приштина
Тимишоара
Клуж
Галац
Бургас
Констанца
Скопье
Салоники
Афины
Белград
Сараево
Загреб
Любляна
Клайпеда
Шяуляй
Каунас
Гродно
Брянск
Калуга
Тула
Рязань
Воронеж
Курск
Харьков
Полтава
Днепропетровск
Запорожье
Ростов-на-Дону
Мурманск
Архангельск
Петрозавод

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ЕВРОПЕ И НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ ПО ИТОГАМ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ
Зоны оккупации Германии и Австрии по решениям Ялтинской конференции 4–11 февраля 1945 г. и Потсдамской конференции 17 июля–2 августа 1945 г.
СССР
Англии
США
Франции
Территории Германии, переданные по решению Потсдамской конференции
СССР
Польше
* Территория Берлина включала зоны оккупации СССР, США, Великобритании и Франции
Закарпатская Украина, воссоединённая с УССР по договору между СССР и Чехословакией от 29 июня 1945 г.
Территория, переданная Польше по договору между СССР и Польшей от 16 августа 1945 г.
Область Петсамо (Печенги), возвращённая СССР по соглашению о перемирии с Финляндией 19 сентября 1944 г.
Территории, отошедшие от Италии по Парижскому договору от 10 февраля 1947 г.
к Югославии
к Греции
Свободная территория Триест (в 1954 г. северная часть с городом Триест отошла к Италии, южная – к Югославии)
Южный Сахалин, возвращённый Японией СССР, и Курильские острова, переданные Советскому Союзу по решениям Ялтинской конференции 4–11 февраля 1945 г.
АТЛАНТИЧЕСКИЙ ОКЕАН
СЕВЕРНОЕ МОРЕ
СРЕДИЗЕМНОЕ МОРЕ
ОХОТСКОЕ МОРЕ
ЯПОНИЯ
ФРАНЦИЯ
ИСПАНИЯ
ПОРТУГАЛИЯ
ИТАЛИЯ
ГРЕЦИЯ
ТУРЦИЯ
ШВЕЦИЯ
НОРВЕГИЯ
ФИНЛЯНДИЯ
ДАНИЯ
ГЕРМАНИЯ
ПОЛЬША
ЧЕХОСЛОВАКИЯ
ВЕНГРИЯ
РУМЫНИЯ
БОЛГАРИЯ
ЮГОСЛАВИЯ
АЛБАНИЯ
БЕЛОРУССКАЯ ССР
УКРАИНСКАЯ ССР
МОЛДАВСКАЯ ССР
ЛАТВИЙСКАЯ ССР
ЭСТОНСКАЯ ССР
ЛИТОВСКАЯ ССР
КАРЕЛО-ФИНСКАЯ ССР
ЛОНДОН
ДУБЛИН
АМСТЕРДАМ
БРЮССЕЛЬ
ПАРИЖ
ЛЮКСЕМБУРГ
БЕРН
ВАДУЦ
ВЕНА
ПРАГА
БЕРЛИН*
КОПЕНГАГЕН
ОСЛО
СТОКГОЛЬМ
ХЕЛЬСИНКИ
ВАРШАВА
БУДАПЕШТ
БЕЛГРАД
БУХАРЕСТ
СОФИЯ
ТИРАНА
РИМ
САН-МАРИНО
МОНАКО
АНДОРРА
МАДРИД
ЛИССАБОН
АФИНЫ
МОСКВА
Петрозаводск
Мурманск
Архангельск
Ленинград
Новгород
Рига
Вильнюс
Минск
Смоленск
Киев
Кишинёв
Львов
Ужгород
Одесса
Стамбул
Петропавловск-Камчатский
Южно-Сахалинск
о. Сахалин
Курильские о-ва (СССР)
Фарерские о-ва (Дан.)
Шетландские о-ва (Брит.)
Нормандские о-ва (Брит.)
Балеарские о-ва (Исп.)
о. Корсика (Фр.)
о. Сардиния (Ит.)
Додеканес

ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ БЛОКИ в конце XX в.

Государства — участники НАТО

Государства — участники Варшавского договора

Государства, не входящие в военно-политические блоки

Цифрами на карте обозначены государства:

1 Нидерланды	7 Венгрия
2 Бельгия	8 Португалия
3 Люксембург	9 Андорра
4 Швейцария	10 Монако
5 Лихтенштейн	11 Сан-Марино
6 Австрия	12 Албания

Примечание.

1 Западный Берлин - особое политическое образование, расположенное в центре ГДР. Статус Западного Берлина регулируется Четырёхсторонним соглашением СССР, США, Великобритании и Франции от 3 сентября 1971 г., а также другими соглашениями и решениями четырёх держав военного и послевоенного периода.

Границы государств даны на 1989 г.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоениеобучающимся дисциплины (модуля)предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практическогозадания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема 1. Appearance and personality. Grammar: word order in questions, present simple and present continuous.

Темазанятия:word order in questions, present simple and present continuous.

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. Put the word into the correct place in the questions.

Example: 1 Where you born? (were) - **Where were you born?**

2 Do have any brothers or sisters? (you)

3 What university you go to? (do)

4 What languages you speak? (can) 5

Where you study English before? (did)

6 What kind of music do you listen? (to)

7 How do you do exercise? (often)

8 Where did you last weekend? (go)

2. Complete the sentences in the present simple or present continuous form of the verbs in the box

drink	drive	like	listen	live	rain	sleep	study	wear	work

1 Sorry, I can't hear you. I'*m listening* to music.

2 Charles always _____ to work.

3 'Shhhh! Be quiet! The children _____.'

4 We can't play tennis today. It _____.

5 Fiona _____ four cups of coffee every day.

6 We _____ this picture very much.

7 My brother _____ for Apple.

8 Kathy always _____ jeans at home.

9 They can't come to the theatre because they _____ for the exam tomorrow.

10 My parents _____ in a big house in the country.

Темазанятия: common verb phrases, appearanceandpersonality.

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. Match the verbs and nouns.

1	be born	☑	a MTV, a TV series
2	do	☐	b in a house, with friends
3	listen to	☐	c two sisters, a pet
4	play	☐	d exercise, sport
5	read	☐	e an email, a magazine
6	speak	☐	f to the cinema, on holiday
7	live	☐	g the guitar, basketball
8	watch	☐	h a foreign language, English
9	go	☐	i dance music, R&B
10	have	☐	j in Kraków, in Poland

2. Complete the opposites.

1 talkative - **quiet**

2 shy -

3 generous -

4 friendly -

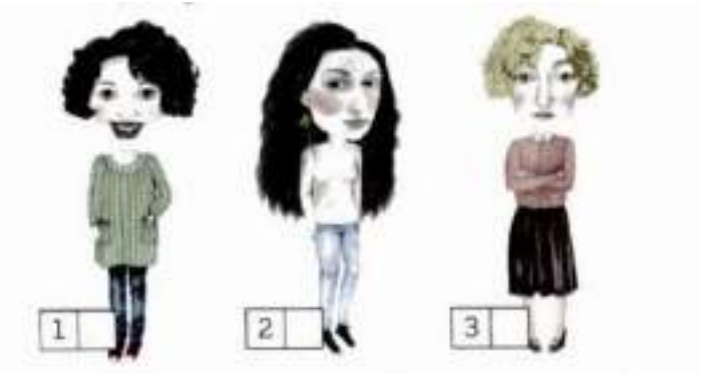
5 hard-working -

6 kind -

7 serious -

8 stupid -

3. What does they look like? Suppose what they are like. Explain your choice.



Тема 2. Tourism. Grammar: past simple (regular and irregular verbs).

Темазанятия:pastsimple.

Формыпрактических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. **Write the past simple of these verbs in the correct column.**

~~argue~~ ~~begin~~ arrive ask buy can choose eat feel invite rent say stay sunbathe

Regular	Irregular
argued	*began*

2. **Complete the text with the past simple form of the verbs in the box.**

arrive ask book cannot ~~decide~~ go (x2) look take want

The holiday that wasn't

Four years ago, we [1] *decided* to go away for the weekend. We [2] _____ to go to Portugal, so we [3] _____ a beautiful apartment online. A week later, we [4] _____ a taxi to the airport. We [5] _____ at the airport at two o'clock, and we [6] _____ to check in. The woman at the desk [7] _____ us for our passports. We [8] _____ in our bags, but we [9] _____ find them. So we [10] _____ home!

Темазанятия: tourism.

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. **Read the clues below and write the missing travel words in this crossword.**

Across

1. The place you travel to.
4. The place where bags are checked for illegal items.
6. To go on a journey
7. A kind of journey.
8. The industry which helps people to Bo on holiday.
10. You pay this to protect yourself on holiday.

Down

1. Papers with official information for travel (e.g. passport, tickets, visa).
2. To live in a place for a temporary period.
3. You have this to protect against a disease.
5. A special place to see (e.g. famous monument, building, palace).
9. To come together with new people on holiday.

Тема 3. The story behind the photo. Grammar: past continuous, time sequencers and connectors.

Темазанятия:past continuous.

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. Complete the sentences with the verbs in brackets in the past continuous.

Example: 1 You were laughing (laugh) when I took the photo.

2 It (snow) when our plane landed.

3 We (not drive) fast when the accident happened.

4 What (he / do) when his boss arrived?

5 Why (you / cry) at the party?

6 I (sit) on the bus when I saw my boyfriend with another girl.

7 They (live) in New Zealand when their first child was born.

8 He didn't call you because his mobile phone (not work).

2. Complete the story with the past simple or past continuous.

Last summer I [1] went (go) to Los Angeles to stay with my cousin for a few weeks. One afternoon we [2] _____ (have) lunch in a nice restaurant in the centre of town when my cousin [3] _____ (get) a call on her mobile phone and went outside to talk. While she [4] _____ (speak) to her friend, I suddenly [5] _____ (notice) a man in a black hat who [6] _____ (sit) at the next table. It was the actor Johnny Depp! He was alone, and I [7] _____ (decide) to take my chance. So I got up and [8] _____ (go) to his table. 'Excuse me, could I have my photo taken with you?' I asked. He [9] _____ (say) yes, so I [10] _____ (stop) a waitress who [11] _____ (pass) by and gave her my camera. She [12] _____ (take) the photo of me and Johnny, I thanked them both, and then I returned to my table. When my cousin [13] _____ (come) back, I [14] _____ (smile).

'Why are you looking so pleased with yourself?' she asked.

'I had my photo taken with Johnny Depp.'

'Johnny Depp? Where is he?'

'He's sitting over there. Look!'

She turned around to look and then started to laugh.

'That's not Johnny Depp!'

I [15] _____ (look) at the man in the black hat – he [16] _____ (laugh) too.

Темазанятия: time sequencers and connectors.

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. Look at each group of sentences. Complete each sentence with *so, because, but,* or *although*.

1 a Linda ran to the station *because* she was very late.
b Linda was very late _____ she ran to the station.
c _____ Linda ran to the station, she was too late and she missed the train.
2 a _____ we couldn't go out, we had a really good afternoon at home.
b It was raining _____ we stayed at home.
c We stayed at home last Sunday _____ it was raining.
3 a The tickets were really expensive _____ they managed to sell them all in an hour.
b _____ the tickets were really expensive, they sold them all in an hour.
c They sold the tickets quickly _____ the concert was very popular.

Тема 4. Plans and dreams. Grammar: future forms.

Темазанятия:be going to (plans and predictions)

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. Complete the sentences with going to + a verb from the box.

be book not fly get miss need not sleep not stay

1 He's *going to miss* the flight.

2 I _____ my flight online.

3 He _____ during the flight.

4 How _____ she _____ to the airport?

5 That plane _____ today.

6 They _____ late.

7 I _____ in a hotel.

8 _____ we _____ a trolley?

Темазанятия:present continuous (future arrangements).

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. Complete the text with the present continuous form of the verbs in brackets.

'Hi, I'm Lisa, your guide, and I'm going to tell you about the arrangements for your day trip to Paris. (example) **We're starting 1(start)** our trip in about five minutes, so please make yourselves comfortable. We 2(drive) you straight to Dover - we 3(not stop) for breakfast on the way. We 4(get) the 9.15 ferry, so we're in a bit of a hurry. When we arrive in France, we 5(go) straight to Paris with no stops.We 6. (not take) you to the city centre, because the traffic is terrible. We 7(stop) in Torcy, just

outside Paris. We 8(arrive) in Paris at about midday, so you have all afternoon to go sightseeing and shop. We 9(pick) you up from the station in Torcy at 5.30 in the evening. We 10(catch) the ferry home at 8.45, so please don't be late. Now, any questions?'

2. Circle the correct verb form. If both forms are possible, tick the sentence.

1 A: Why are you looking so worried?
B: I'm sure I am going to get / I'm getting lost.

2 A: Do you have any plans for this weekend?
B: Yes, I'm going to visit / I'm visiting my grandparents on Sunday.

3 A: I'm going to Poland next week.
B: Really? Do you think it's going to be / it's being cold?

4 A: My brother has a job interview in London.
B: Oh. Do you think he's going to get / he's getting the job?

5 A: What time's the train?
B: At 7.15. Don't worry. We aren't going to miss / aren't missing it.

6 A: We're going on holiday next month.
B: Are you? Where are you going to go / are you going?

7 A: How do you get to work?
B: I usually catch the bus, but tomorrow I'm going to drive / I'm driving because the buses are on strike.

8 A: Your girlfriend drives too fast.
B: I know. I'm sure she's going to have / she's having an accident one day.

Темазанятия: Definingrelativeclauses

Формы практических заданий: практикум.

Заданияпрактикума.

1. Match the beginnings (numbers) and ends (letters) of the sentences.

1 That's the hotel **- f**	a which has a good camera.
2 I need a phone	b which my brother takes to work.
3 My mum is the only person	c which serves fresh fish.
4 I love the picture	d who remembers my birthday.
5 That bus is the one	e who painted Mr & Mrs Clarke.
6 Benicassim is the Spanish town	f where we spent our honeymoon.
7 David Hockney is the artist	g where they have a famous music festival.
8 That's the restaurant	h which is on the wall of your room .

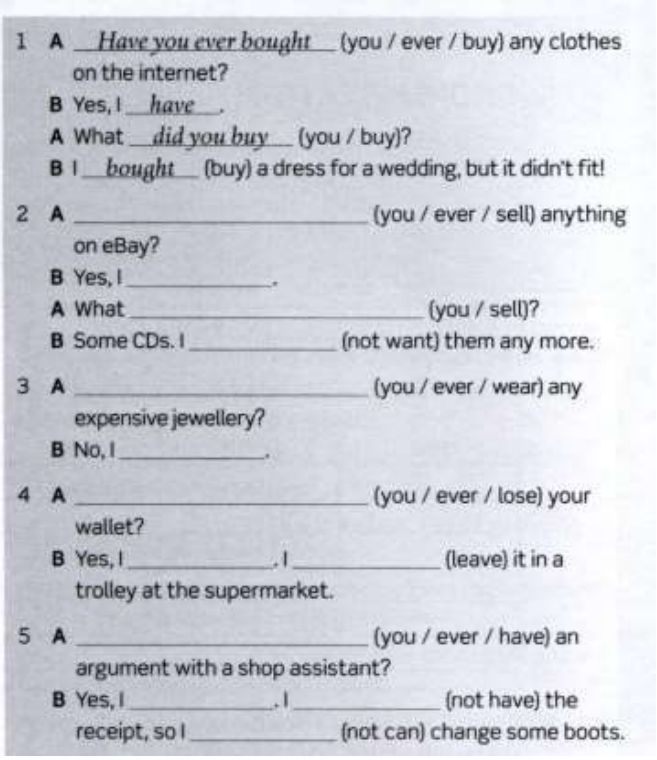
Тема 5. Parents and teenagers. Grammar: present perfect.

Темазанятия: PresentPerfect.

Формыпрактическихзаданий:практикум.

Задания практикума.

1. Complete the dialogues. Use the present perfect or past simple



1 A *Have you ever bought* (you / ever / buy) any clothes on the internet?
B Yes, I *have*.
A What *did you buy* (you / buy)?
B I *bought* (buy) a dress for a wedding, but it didn't fit!

2 A _____ (you / ever / sell) anything on eBay?
B Yes, I _____.
A What _____ (you / sell)?
B Some CDs. I _____ (not want) them any more.

3 A _____ (you / ever / wear) any expensive jewellery?
B No, I _____.

4 A _____ (you / ever / lose) your wallet?
B Yes, I _____. I _____ (leave) it in a trolley at the supermarket.

5 A _____ (you / ever / have) an argument with a shop assistant?
B Yes, I _____. I _____ (not have) the receipt, so I _____ (not can) change some boots.

Темазанятия:parents and teenagers.

Формы практических заданий: практикум.

Заданияпрактикума.

1. Complete the expressions with these verbs.

Clean- do - lay - make - pick up - put away - tidy - take out

1 *pick up* dirty clothes
2 _____ the beds, lunch
3 _____ your room, your desk
4 _____ the table for dinner
5 _____ the floor, the bathroom
6 _____ the rubbish, the newspapers
7 _____ the ironing, the washing up
8 _____ the clothes on your bed

2. Complete the sentences with do or make.

1 He never forgets to *do* his homework after school.
2 I try not to _____ a noise when I get up early.
3 My husband doesn't often _____ lunch.
4 I'm going to _____ a course in Portuguese before I go to Brazil.
5 We always _____ housework on Saturday morning.
6 Some children _____ friends easily when they go to school.
7 When do you have time to _____ sport?
8 Sorry, I need to _____ a phone call.

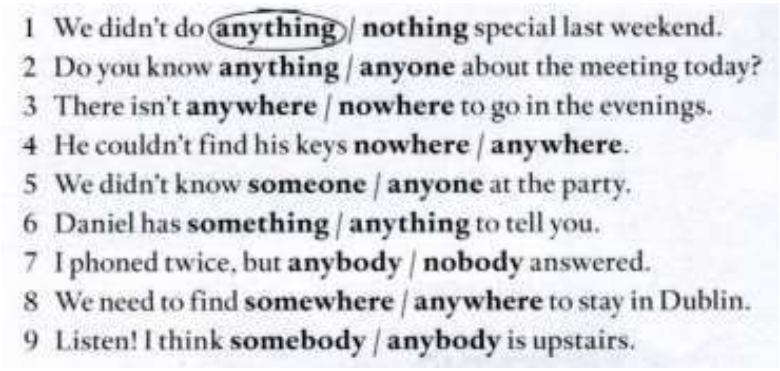
Тема 6. Fashion and shopping. Grammar: something, anything, nothing.

Темазанятия: something, anything, nothing.

Формы практических заданий: практикум.

Заданиепрактикума.

1. Circle the correct word.


1 We didn't do anything / nothing special last weekend.
2 Do you know anything / anyone about the meeting today?
3 There isn't anywhere / nowhere to go in the evenings.
4 He couldn't find his keys nowhere / anywhere.
5 We didn't know someone / anyone at the party.
6 Daniel has something / anything to tell you.
7 I phoned twice, but anybody / nobody answered.
8 We need to find somewhere / anywhere to stay in Dublin.
9 Listen! I think somebody / anybody is upstairs.

Темазанятия:design.

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1. **Readthisemailandcorrecttenmistakes. There is one mistake in each line.**

Dear Ray

I write about the attachment you sent with the two desines. I really like the first onewhich is made of wood.lt looks like very stylish but not very functional the second might to be better because it's easy to use but it isn't very inovative. How about combining the appearance of first and the practicality of the second? Please sending me your new design by thursday.

Natalie.

2. **Translate the corrected email in Exercise 1 into your language.**
3. **Read the article and correct these statements.**

- Fashions and trends change at different speeds according to the research.
- We think that a few of our decisions about fashion are made independently.
- Few celebrities influence us and are copied by us.
- The speed at which Americans buy albums changes a lot.
- None of the things tested for their popularity changed at a steady rate.

FASHIONS CHANGE, BUT CHANGE IS ALWAYS THE FASHION

Fashions change at a steady rate, new research suggests. They are driven by a minority of innovators with many people copying each other. These are the conclusions of university researchers from the UK and USA.

The research also challenges the belief that a lot of our fashion choices are independent, rational decisions. It shows we generally copy others when it comes to popular culture.

The researchers say innovation is what actually drives fashion change. 'Innovators are the cool ones who "pump" new fashions into our world.' Dr Bentley of Durham University explains. 'Most are ignored, but some get copied.'

Plenty of celebrities, for example, get copied. Dr Bentley also points out that we are not necessarily looking out for the latest fashion but we need regular change.

Similar results to those of Dr Bentley were found in the US when academics looked at the Billboard Top 200 chart and found that it turned over at a constant average rate for 30 years, from the 1950s to the 1980s. The number of albums entering and exiting the chart varied from day to day and month to month, but overall the average change was 5.6 percent per month for the full 30-year period. They discovered similar consistency in the fashions for baby names and dog breeds.

They looked at the popularity of music, baby names and types of dogs and found that their popularity changes at a steady rate, regardless of population size.

Тема 7. Life in a big city. Grammar: comparative adjectives and adverbs, superlatives, quantifiers (too, not enough)

Темазанятия:comparative adjectives and adverbs, superlatives.

Формыпрактическихзаданий:практикум.

Задания практикума.

1. Complete the sentences with the superlative of an adjective from the box.

Bad – exciting – far – friendly – good – safe – ugly – wet

1. The traffic is awful in the town centre. **The best**(example) way to travel around is by underground.
2 It rains a lot here in the Spring. The _____ month is April .
3 The _____ I've ever driven is from London to Edinburgh. It took me eight hours.
4 It was the _____ hotel I've ever stayed in. The service was awful, so we only spent one night there.
5 The _____ buildings are in the new town . They really aren't nice to look at.
6 The streets are very dangerous at night. The _____ place to be is in the hotel.
7 The _____ part of our tour was in Rio de Janeiro. We saw the first day of the carnival.
8 The _____ city I've ever visited is Vancouver. I found the people very helpful.

2. Circle the correct word.

1 That hotel has the **dirtier** / **dirtiest** rooms I have ever seen.
2 It's **the most interesting** / **more interesting** museum in Edinburgh.
3 This is the **more expensive** / **most expensive** souvenir I've ever bought.
4 That restaurant serves the **better** / **best** pasta we've ever eaten.
5 The summer is the **busyest** / **busiest** time of year.

Темазанятия: quantifiers (too, not enough)

Формы практических заданий: практикум.

Задания практикума.

1) Write in the missing words. The first letter is given.

- C_____ educations is when you have to go to school.
- You pay fees for p_____ education.
- H_____ education allows you to continue studying when you leave school.
- A child's first school is called p_____ school.
- C_____ assessment ls a technique for monitoring a student's progress over a long period.
- Children are aged between I1-l6 at s_____ school in the UK.
- N_____ or kindergarten is where children go before they start school.

2) Translate 1-7 in Exercise 1 into the equivalent terms for education in your country.

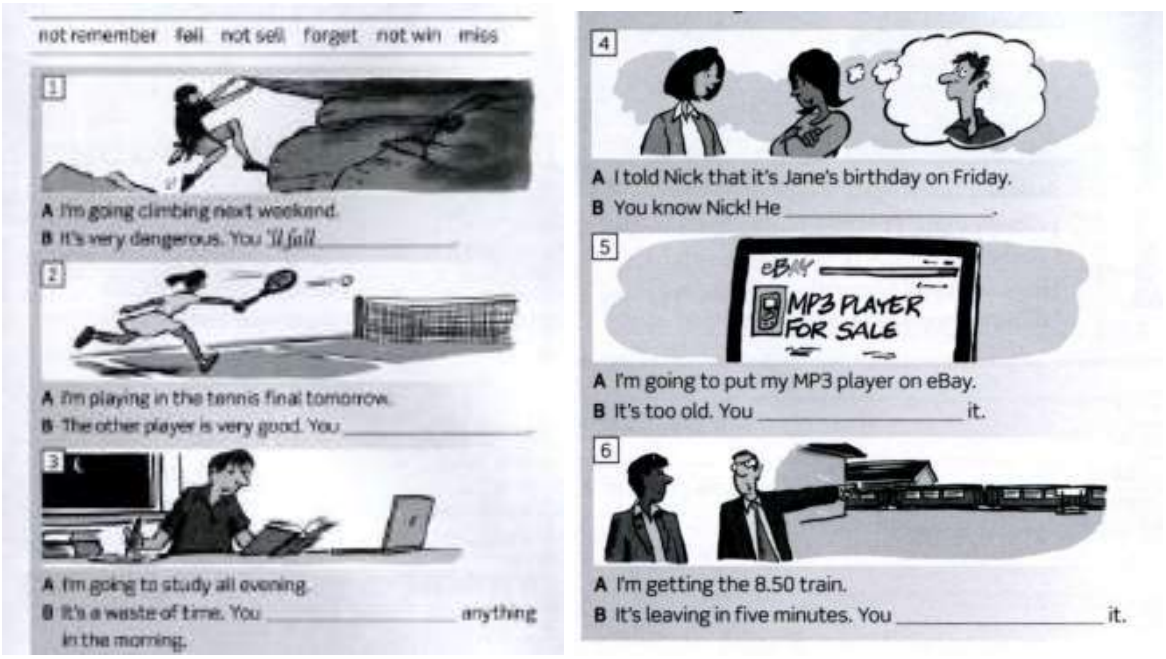
Тема 8. Pessimists and optimists. The meaning of dreaming. Grammar: will /won't (predictions), will / won't (decisions, offers, promises)

Темазанятия:will /won't (predictions);will / won't (decisions, offers, promises)

Формыпрактическихзаданий:практикум.

Заданиепрактикума.

1. **Complete the dialogues with will / won't and a verb from the list. Use contractions.**



2. Write sentences using the pictures and prompts . Use Shall I / I'll / I won't.

Example: 1. call / you tomorrow. – **I'll call you tomorrow**

2. lend / you some money?
3. have / the chicken
4. take / your coat?
5.turnoff / airconditioning?
6. not / be late

П.2.3. Учебно-методическоеобеспечениесамостоятельнойработыобучающихсяподисциплине (модулю)

Видысамостоятельнойработыобучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Тема 1. Appearance and personality. Grammar: word order in questions, present simple and present continuous.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка эссе
Тема 2. Tourism. Grammar: past simple (regular and irregular verbs).	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка эссе
Тема 3. The story behind the photo. Grammar: past continuous, time sequencers and connectors.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка эссе
Тема 4. Plans and dreams. Grammar: future forms.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка доклада
Модуль 2	
Тема 5. Parents and teenagers. Grammar: present perfect.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка эссе
Тема 6. Fashion and shopping. Grammar:	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
something, anything, nothing.	Подготовка эссе
Тема 7. Life in a big city. Grammar: comparative adjectives and adverbs, superlatives, quantifiers (too, not enough)	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка эссе
Тема 8. Pessimists and optimists. The meaning of dreaming. Grammar: will /won't (predictions), will / won't (decisions, offers, promises)	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка эссе

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Теме 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме 1:

1. Do you believe two personality types (extroverts and introverts) are useful for describing personality?
2. What role does the charisma play in your life?
3. Is charisma the most important quality to possess if you want to be successful in your career?
4. What clothes do you usually wear ... ?

•at work / university/ school

• when you go out at night

• when you want to relax at the weekend

Перечень тем эссе к Теме 1:

1. Are men or women better at listening?
2. Are men or women better at taking decisions?
3. Are men or women more inspiring?
4. Are men or women better at getting the best out of people?
5. Are men or women better organisers?

Задания для самостоятельной работы к Теме 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме2:

1. Why is travelling important?
2. What's the difference between a tourist and a traveler?
3. What's an "armchair traveler"?
4. What are travel tips for visitors to your country?
5. What might travel change or develop in the future? Do you agree travel is no longer necessary?

Перечень тем эссе к Теме2:

1. Virtual tourism is the best way of travelling
2. Educational trips really broaden horizons.
3. A famous explorer and his/her achievements.

Задания для самостоятельной работы к Теме 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме3:

1. Do you have a photo you really like? Who took it? What was happening at the time?
2. Do you upload photos onto internet sites? What was the last photo you uploaded?

3. Do you have a photo as the screen saver on your computer or phone? What is it of?
4. Do you have a favourite photo of yourself as a child? Who took it? What was happening when they
5. Do you know any other famous historical photos? Who or what are they of?

ПереченьтемэссекТеме 3:

1. Description of a favourite photo / picture.

Задания для самостоятельной работы к Теме 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме4:

1. What is your biggest dream in life?
2. How did you choose your dream?
3. What steps have you taken to reach your dream?
4. Who or what inspires you to achieve your dream?
5. Do you think your dream will change as you grow older?
6. How do you stay motivated to pursue your dreams?
7. Are your dreams realistic or fantastical?

Задание на подготовку эссе к Теме4:

1. Describe a dream job you aspire to have.
2. Describe a place you wish to visit.
3. Describe a personal goal you wish to achieve.

Задания для самостоятельной работы к Теме 5

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме5:

1. Do you often quarrel with your parents?
2. Do you have much in common with your parents?
3. Do you always understand your parents? Do they understand you? What are the reasons of misunderstanding?
4. Do your parents help you to solve your problems?

Перечень тем эссе к Теме5:

1. There is always some sense in parents'words. Agree or disagree with the statement.
2. The best way to solve problems with parents is to talk peacefully. Agree or disagree with the statement.
3. The best tactics is not to contradict the parents. Agree or disagree with the statement.

Задания для самостоятельной работы к Теме 6

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме6:

1. What are the three products you could not live without?
2. What products do you think designers will develop in the next ten years?
3. What do you think is the best innovation of the 21^{st} century?
4. What are current trends in your country? How are they developing? Describe one of them.
5. Which old-fashioned trends you think should return?
6. What does the fashion term "tipping point" mean?
7. How cultures influence on fashion trends?
8. What are the trends in the music industry?

Перечень тем эссе к Теме6:

1. Your favorite design.
2. What would you like to design/re-design if you had skills?

3. History of design.
4. A recent trend in our country.
5. Teacher who encouraged you to work the hardest.

Задания для самостоятельной работы к Теме 7

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме7:

1. Do you live in the city or the countryside?
2. Is it good for young people to grow up in the city?
3. Is your city a good place for young people to grow up?
4. Do you often go to restaurants to eat?
5. What's the best thing about living in the city?
6. What are the disadvantages of city life?
7. Do you think that cities will become more or less liveable in the future?
8. How can we make cities more liveable?
9. What problems do big cities have?

Перечень тем эссе к Теме7:

1. Life in a big city or a town: what would you prefer?

Задания для самостоятельной работы к Теме 8

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме8:

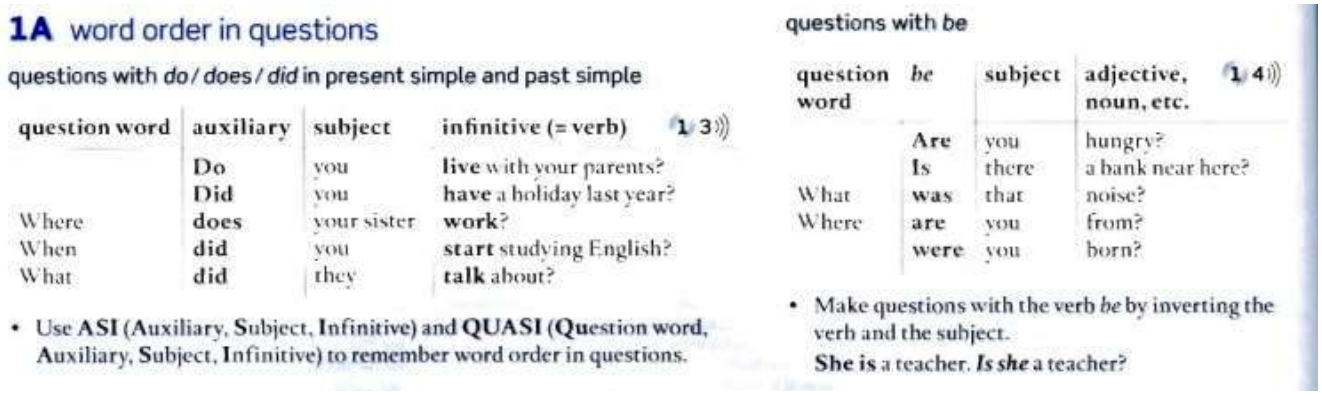
1. How often do you think about the future? Do you have more positive or negative expectations with it?
2. Are you more of an optimist, pessimist or realist? Would you like to change it?
3. Do you like having optimist friends or do you find them annoying?
4. Think of a situation where optimism can save you.
5. When was the last time you wished you were more optimist/pessimist?

ПереченьтемэссекТеме 8:

1. A film/DVD/computer game/novel review in which the main character is the pessimist orthe optimist.

П.2.4. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

Тема 1. Appearance and personality. Grammar: word order in questions, present simple and present continuous.



1A word order in questions

questions with *do / does / did* in present simple and past simple

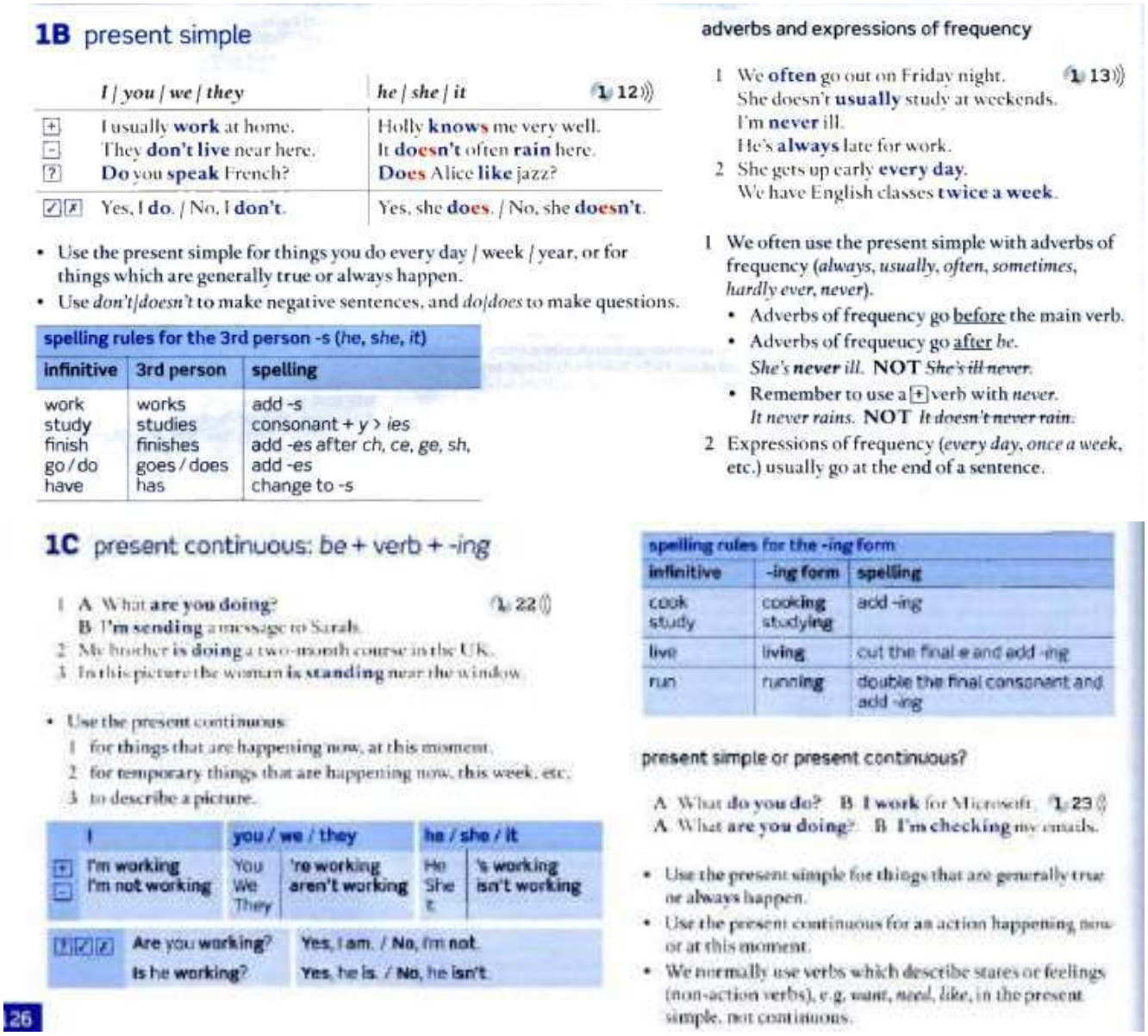
question word	auxiliary	subject	infinitive (= verb) 1 3
	Do	you	**live** with your parents?
	Did	you	**have** a holiday last year?
Where	**does**	your sister	**work**?
When	**did**	you	**start** studying English?
What	**did**	they	**talk** about?

- Use **ASI** (**A**uxiliary, **S**ubject, **I**nfinitive) and **QUASI** (**Q**uestion word, **A**uxiliary, **S**ubject, **I**nfinitive) to remember word order in questions.

questions with *be*

question word	*be*	subject	adjective, noun, etc. 1 4
	Are	you	hungry?
	Is	there	a bank near here?
What	**was**	that	noise?
Where	**are**	you	from?
	were	you	born?

- Make questions with the verb *be* by inverting the verb and the subject.
  She is a teacher. ***Is she*** a teacher?



1B present simple

	I / you / we / they	*he / she / it*
+	I usually **work** at home.	Holly **knows** me very well.
−	They **don't live** near here.	It **doesn't** often **rain** here.
?	**Do** you **speak** French?	**Does** Alice **like** jazz?
✓✗	Yes, I **do**. / No, I **don't**.	Yes, she **does**. / No, she **doesn't**.

1 12

- Use the present simple for things you do every day / week / year, or for things which are generally true or always happen.
- Use *don't/doesn't* to make negative sentences, and *do/does* to make questions.

spelling rules for the 3rd person -s (*he, she, it*)

infinitive	3rd person	spelling
work	works	add -s
study	studies	consonant + *y* > *ies*
finish	finishes	add -*es* after *ch, ce, ge, sh,*
go / do	goes / does	add -*es*
have	has	change to -s

adverbs and expressions of frequency

1 We **often** go out on Friday night. 1 13
She doesn't **usually** study at weekends.
I'm **never** ill.
He's **always** late for work.
2 She gets up early **every day**.
We have English classes **twice a week**.

1 We often use the present simple with adverbs of frequency (*always, usually, often, sometimes, hardly ever, never*).
- Adverbs of frequency go before the main verb.
- Adverbs of frequency go after *be*.
*She's **never** ill.* **NOT** *She's ill never.*
- Remember to use a + verb with *never*.
It never rains. **NOT** *It doesn't never rain.*

2 Expressions of frequency (*every day, once a week,* etc.) usually go at the end of a sentence.

1C present continuous: be + verb + -ing

1 A What **are you doing**? 1 22
B **I'm sending** a message to Sarah.
2 My brother **is doing** a two-month course in the UK.
3 In this picture the woman **is standing** near the window.

- Use the present continuous
1 for things that are happening now, at this moment.
2 for temporary things that are happening now, this week, etc.
3 to describe a picture.

	I	you / we / they	he / she / it
+	I'm working	You / We / They 're working	He / She / It 's working
−	I'm not working	aren't working	isn't working
?✓✗	Are you working?	Yes, I am. / No, I'm not.	
	Is he working?	Yes, he is. / No, he isn't.	

spelling rules for the -ing form

infinitive	-ing form	spelling
cook	cooking	add -ing
study	studying	
live	living	cut the final e and add -ing
run	running	double the final consonant and add -ing

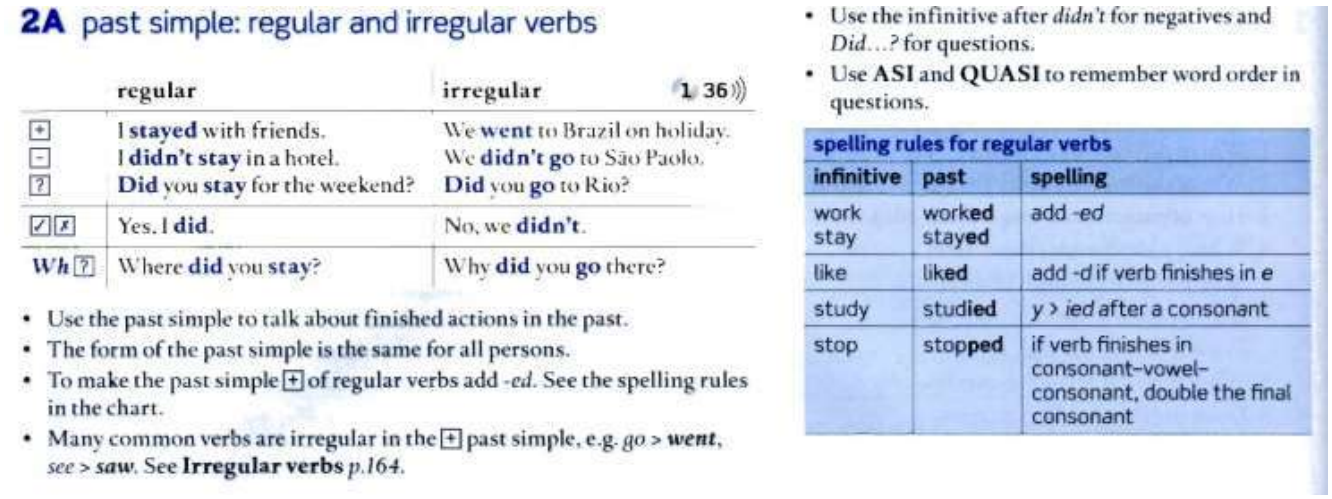
present simple or present continuous?

A What **do you do**? B **I work** for Microsoft. 1 23
A What **are you doing**? B **I'm checking** my emails.

- Use the present simple for things that are generally true or always happen.
- Use the present continuous for an action happening now or at this moment.
- We normally use verbs which describe states or feelings (non-action verbs), e.g. *want, need, like,* in the present simple, not continuous.

26

Тема 2. Tourism. Grammar: past simple (regular and irregular verbs).



2A past simple: regular and irregular verbs

	regular	irregular
+	I **stayed** with friends.	We **went** to Brazil on holiday.
−	I **didn't stay** in a hotel.	We **didn't go** to São Paolo.
?	**Did** you **stay** for the weekend?	**Did** you **go** to Rio?
✓✗	Yes, I **did**.	No, we **didn't**.
Wh ?	Where **did** you **stay**?	Why **did** you **go** there?

1 36

- Use the past simple to talk about finished actions in the past.
- The form of the past simple is the same for all persons.
- To make the past simple + of regular verbs add *-ed*. See the spelling rules in the chart.
- Many common verbs are irregular in the + past simple, e.g. *go* > ***went***, *see* > ***saw***. See **Irregular verbs** *p.164*.
- Use the infinitive after *didn't* for negatives and *Did…?* for questions.
- Use **ASI** and **QUASI** to remember word order in questions.

spelling rules for regular verbs

infinitive	past	spelling
work	worked	add *-ed*
stay	stayed	
like	liked	add -*d* if verb finishes in *e*
study	studied	*y* > *ied* after a consonant
stop	stopped	if verb finishes in consonant–vowel–consonant, double the final consonant

Тема 3. The story behind the photo. Grammar: past continuous, time sequencers and connectors.

2B past continuous: *was / were + verb + -ing*

At 8.45 last Saturday I **was working** in my office. 1 39
I **wasn't doing** anything important.
My friends **were having** breakfast. They **weren't working**.
A **Was** it **raining** when you got up? B No, **it wasn't**.
A What **were** you **doing** at 11 o'clock last night? B I **was watching** TV.

+	I / He / She / It	**was working**	You / We / They	**were working**
−	I / He / She / It	**wasn't working**	You / We / They	**weren't working**

? ✓ ✗	**Was** he **working**?	**Yes**, he **was**. / **No**, he **wasn't**.
	Were they **working**?	**Yes**, they **were**. / **No**, they **weren't**.

- Use the past continuous to describe an action in progress at a specific moment in the past.
- We often use the past continuous to describe the situation at the beginning of a story or narrative.

past simple or past continuous?

I **was working** in my office when the boss **walked in**. 1 40
I **was having** lunch when my sister **arrived**.

- Use the past simple for a completed action in the past.
- Use the past continuous for an action in progress before or at the time of the past simple action.

2C time sequencers

On our first date we went to the cinema. **After that** we started meeting every day. 1 46
On Thursday I had an argument with my boss. **Next day** I decided to look for a new job.
We sat down to eat. **Two minutes later** the phone rang.
When I came out of the club he was waiting for me.
The accident happened **when** I was crossing the road.

- We use time sequencers to say when or in what order things happen.
- We use *when* as a time sequencer and also to join two actions.
  I ***was watching*** TV ***when*** the phone ***rang***. (two verbs joined by *when*)

> ***then, after that***
> The most common way of linking consecutive actions is with *then* or *after that*, but **NOT** with *after*, e.g. *I got up and got dressed.* ***Then / After that*** *I made a cup of coffee.* **NOT** *After I made a cup of coffee.*

connectors: *because, so, but, although*

because and *so*

She was driving fast **because** she was in a hurry. (reason) 1 47
She was in a hurry, **so** she was driving fast. (result)

- Use *because* to express a reason.
- Use *so* to express a result.

but and *although*

She tried to stop the car, **but** she hit the man. 1 48
Although she tried to stop the car, she hit the man.
She was very tired, **but** she couldn't sleep.
She couldn't sleep, **although** she was very tired.

- Use *but* and *although* to show a contrast.
- *Although* can go at the beginning or in the middle of a sentence.

Тема 4. Plans and dreams. Grammar: future forms.

3A *be going to*

1 I'**m going to** work for an NGO. 1 57
He'**s going to** meet me at the airport.
2 I'm sure England **are going to lose** tomorrow.
It'**s going to** rain tonight.

	I		you / we / they		he / she / it		
+	**I'm going to**	You We They	**'re going to**	He She It	**'s going to**	work for an NGO.
−	**I'm not going to**	You We They	**aren't going to**	He She It	**isn't going to**	work for an NGO.

?	✓ ✗
Are you **going to** work for an NGO? **Is** he **going to** work for an NGO?	**Yes**, I **am**. / **No**, I'm **not**. Yes, he **is**. / **No**, he **isn't**.

1 Use *be going to* + infinitive to talk about future plans or intentions.
2 We use *be going to* + infinitive to make a prediction when we know or can see that something is going to happen.
It's winter there so it's ***going to be*** *cold.*
Look at that car! It's ***going to crash****.*

3B present continuous (future arrangements)

⊞ **I'm seeing** a friend tonight. 1 64
She's **arriving** at lunchtime.
⊟ She **isn't leaving** until Friday.
They **aren't coming** to the party.
? What **are** you **doing** this evening?
Is she **meeting** us at the restaurant?

- We often use the present continuous with a future meaning, especially for future arrangements, i.e. for plans we have made at a fixed time or place in the future. Don't use the present simple for this. **NOT** ~~*I see some friends tonight.*~~

be going to or present continuous?
We can often use either with no difference in meaning, e.g. ***I'm going to see*** *Anna on Tuesday.* **OR** ***I'm seeing*** *Anna on Tuesday.*
It's very common to use the present continuous with the expressions *tonight, tomorrow, this* weekend, etc. and with verbs describing travel arrangements, e.g. *go, come, leave, arrive.*
I'm leaving *on Monday* is more common than ***I'm going to leave*** *on Monday.*

3C defining relative clauses with *who, which, where*

A cook is a person **who** makes food. 2 5
That's the woman **who** won the lottery last year.
A clock is something **which** tells the time.
Is that the book **which** everybody's reading?
A post office is a place **where** you can buy stamps.
That's the restaurant **where** I had dinner last week.

- Use defining relative clauses to explain what a person, thing or place is or does.
- Use *who* for a person, *which* for a thing and *where* for a place.

that
You can use *that* instead of *who* or *which*.
She's the girl **who** / **that** *works with my brother.*
It's a thing **which** / **that** *connects two computers.*

Тема 5. Parents and teenagers. Grammar: present perfect.

4A present perfect

I'**ve finished** my homework. 2 16
She's **cleaned** the kitchen.
He **hasn't done** the washing up.
A **Has she turned off** her phone? B No, **she hasn't**.

- We often use the present perfect to talk about the recent past, not saying exactly when things happened.
- We often use the present perfect to give news.
Mary's ***had*** *her baby! A parcel* ***has arrived*** *for you.*

full form	contraction	negative	past participle
I **have**	I'**ve**	I **haven't**	
You **have**	You'**ve**	You **haven't**	
He / She / It **has**	He / She / It'**s**	He / She / It **hasn't**	**finished** the exercise.
We **have**	We'**ve**	We **haven't**	
They **have**	They'**ve**	They **haven't**	

Have you **finished** the exercise? Yes, I **have**. / No, I **haven't**.
Has he **done** the homework? Yes, he **has**. / No, he **hasn't**.

- For regular verbs the past participle is the same as the past simple (+ *-ed*). For irregular verbs the past participle is sometimes the same as the past simple (e.g. *buy, bought, bought*) and sometimes different (e.g. *do, did, done*). See **Irregular verbs** *p.164.*

yet, just, already

1 A Have you done your homework **yet**? 2 17
B No, not **yet**. I haven't finished **yet**.
2 My sister's **just** started a new job.
3 A Do you want to see this film?
B No, I've **already** seen it three times.

- We often use *yet, just* and *already* with the present perfect.
1 Use *yet* in ? and ⊟ sentences to ask if something has happened or to say if it hasn't happened. Put *yet* at the end of the sentence.
2 Use *just* in ⊞ sentences to say that something happened very recently. Put *just* before the main verb.
3 Use *already* in ⊞ sentences to say that something happened before now or earlier than expected. Put *already* before the main verb.

4B present perfect or past simple? (1)

Have you ever been to a fancy dress party? 2 24
She's seen that film twice.
I've never met Nina's husband.

- We often use the present perfect to talk about past experiences in our lives when we don't specify a time.

> **been and gone**
> Compare the present perfect of *be* and *go*.
> *Mike has* ***been*** *to Paris.* = He went to Paris and came back.
> *Mike has* ***gone*** *to Paris.* = He's in Paris now.

present perfect or past simple?

A **Have you ever been** to Mexico? 2 25
B Yes, I **have**.
A When **did you go** there?
B **I went** last year.

A **Have you seen** his new film?
B Yes, I **have**.
A What **did you think** of it?
B **I loved** it.

- Conversations often begin in the present perfect (with a general question) and then change to the past simple to ask for or give specific details, e.g. *when, what, where, who with*, etc.

Тема 6. Fashion and shopping. Grammar: something, anything, nothing.

4C *something, anything, nothing*, etc.

people 2 34

[+] **Somebody / Someone** has taken my pen!
[-] I didn't speak to **anybody / anyone**.
[?] Did **anybody / anyone** phone?
[✗] No, **nobody / no one. Nobody / No one** phoned.

things

[+] I bought **something** for dinner.
[-] I didn't do **anything** at the weekend.
[?] Is there **anything** in the fridge?
[✗] No, **nothing**. There's **nothing** in the fridge.

places

[+] Let's go **somewhere** this weekend.
[-] We didn't go **anywhere** this summer.
[?] Is there **anywhere** to park?
[✗] No, **nowhere**. There's **nowhere** to park.

- Use *somebody / someone, something, somewhere* with a [+] verb when you don't say exactly who, what, or where.
- Use *anybody / anyone, anything, anywhere* in questions or with a [-] verb.
  I didn't *do* ***anything*** *last night.* **NOT** ~~*I didn't do nothing.*~~
- Use *nobody / no one, nothing, nowhere* in short answers or in sentences with a [+] verb.

Тема 7. Life in a big city. Grammar: comparative adjectives and adverbs, superlatives, quantifiers (too, not enough)

5A comparatives

1 My brother's **older than** me. 2 40
It's **more dangerous** to cycle **than** to drive.
2 People walk **more quickly than** in the past.
3 I'm **less relaxed** this year **than** I was last year.
4 The service in this restaurant isn't **as good as** it was.
She doesn't drive **as fast as** her brother.

- To compare two people, places, things or actions use:
  1 comparative adjectives.
  2 comparative adverbs (for actions).
  3 *less* + adjective or adverb.
  4 (*not*) *as* + adjective / adverb + *as*.

comparative adjectives: regular

adjective	comparative	
short	shorter	one syllable: add *-er*
big	bigger	one vowel + one consonant: double final consonant
busy	busier	consonant + *y*: *y*+*-ier*
relaxed	more relaxed	two or more syllables: *more* + adjective

comparative adjectives: irregular

adjective	comparative
good	better
bad	worse
far	further

comparative adverbs: regular

quickly	more quickly
slowly	more slowly

irregular

hard	harder
well	better
badly	worse

> **Comparatives with pronouns**
> After comparative + *than* or *as...as* we use an object pronoun (*me, her*, etc.) or a subject pronoun + auxiliary verb, e.g.
> *My brother's taller than* ***me****. My brother's taller than* ***I am****.*
> *He's not as intelligent as* ***her****. He's not as intelligent as* ***she is****.*

5B superlatives

1 It's **the dirtiest** city in Europe. 2 43
It's **the most popular** holiday destination in the world.
2 It's **the most beautiful** city **I've ever been to**.
It's **the best** film **I've seen** this year.

adjective	comparative	superlative
cold	colder	the coldest
hot	hotter	the hottest
pretty	prettier	the prettiest
beautiful	more beautiful	the most beautiful
good	better	the best
bad	worse	the worst
far	further	the furthest

1 Use *the* + superlative adjective to say which is the biggest, etc. in a group.
- After superlatives we use *in* + names of places or singular words for groups of people, e.g.
It's ***the noisiest*** *city* ***in*** *the world.*

2 We often use *the* + superlative adjective with the present perfect + *ever*.

5C quantifiers

too much, too many, too

1 I'm stressed. I have **too much** work. 2 52
He talks **too much**.
2 My diet is unhealthy. I eat **too many** cakes and sweets.
3 I don't want to go out. I'm **too** tired.

- Use *too much, too many, too* to say 'more than is good'.
1 Use *too much* + uncountable noun (e.g. *coffee, time*) or after a verb.
2 Use *too many* + countable noun (e.g. *cakes, people*).
3 Use *too* + adjective **NOT** ~~*I'm too much tired.*~~

enough

1 Do you eat **enough** vegetables? 2 53
I don't drink **enough** water.
2 She doesn't sleep **enough**.
3 My fridge isn't big **enough**.
I don't go to bed early **enough**.

1 Use *enough* before a noun to mean 'all that is necessary'.
2 Use *enough* after a verb with no object.
3 Use *enough* after an adjective or adverb.

Тема 8. Pessimists and optimists. The meaning of dreaming. Grammar: will /won't (predictions), will / won't (decisions, offers, promises)

6A *will / won't* (predictions)

A I'm seeing Jane at six. **B** **She'll be** late. 3 4
The film's in French. **We won't understand** anything.
It's a great book. I'm sure **you'll like** it.
I don't think **it'll rain** tomorrow.

+		-	
I / You / He / She / It / We / They	**'ll** be late.	I / You / He / She / It / We / They	**won't be** late.

Contractions: *'ll = will; won't = will not*

?			✓			✗		
Will	I / you / he / she / it / we / they	be late?	**Yes,**	I / you / he / she / it / we / they	**will.**	**No,**	I / you / he / she / it / we / they	**won't.**

- We often use *will / won't* + infinitive for future predictions, i.e. to say things we think, guess or know about the future.
- We often use *I think / I don't think* + *will*.
I think *he'll fail the exam.* ***I don't think*** *he'll pass the exam.* **NOT** ~~*I think he won't pass.*~~

be going to for predictions
We can also use *be going to* to predict something you know or can see is going to happen (see **3A**), e.g.
Look at the clouds. It's ***going to*** *rain.*
They're playing very well. I'm sure they're ***going to*** *win.*

6B *will / won't* (decisions, offers, promises)

decisions 3 11
I won't stay for dinner. I think **I'll go** home early.

offers
I'll help you with your homework. **Shall I open** the window?

promises
I'll always **love** you. I **won't tell** anybody.

- Use *will / won't* + infinitive for making decisions, offering and promising.
I'll help *you with those bags.* **NOT** ~~*I help you.*~~
- When an offer is a question, we use *Shall I...?* or *Shall we...?*
Shall I *pay?* ***Shall we*** *do the washing-up?*

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Человек и среда обитания.

Цели:

- сформировать представление об основах профессиональной культуры безопасности жизнедеятельности;

- раскрыть основные положения о чрезвычайных и экстремальных ситуациях;

- формировать способность идентифицировать опасности и оценивать риски в сфере профессиональной деятельности.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1.1	Теоретические и методические подходы к анализу безопасности как социального явления. Цель, задачи и содержание дисциплины «Безопасность жизнедеятельности». Представление о системе «человек – среда обитания», её структуре и функциональных связях. Понятия «опасность», «безопасность». Системы безопасности и их структуры. Вред, ущерб, – виды и характеристики.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 1.2	Чрезвычайные ситуации – понятие, основные виды. Виды опасностей. Классификация чрезвычайных ситуаций. Единая государственная система предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 1.3	Общая характеристика чрезвычайных ситуаций природного характера, пути формирования и энергетика природных катастроф. Основные причины и закономерности возникновения и распространения эпидемии. Общая характеристика эпизоотического процесса, меры профилактики и борьбы с эпизоотиями. Характеристика способов борьбы с инфекционными заболеваниями растений. Основные факторы и закономерности процесса возникновения и развития эпифитотии.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 1.4	Классификация чрезвычайных ситуаций техногенного и антропогенного происхождения. Обеспечение безопасности обучающихся при ЧС техногенного характера. Методы защиты в условиях ЧС техногенного характера. Оказание первой помощи при ЧС техногенного характера.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 1.5	Основные мероприятия по подготовке к защите и защита населения от опасностей, возникающих вследствие ведения военных действий. Меры, принимаемые для обеспечения безопасности населения, оказавшегося на территории военных действий. Действия населения при эвакуации и рассредоточении. Действия населения при проведении инженерной защиты людей и территорий. Действия населения при проведении радиационной и химической защиты. Обеспечение пожарной безопасности в условиях военных конфликтов. Установление ограничений на свободу передвижения по территории, введение на ней особого режима въезда и выезда. Усиление охраны общественного порядка, объектов, подлежащих государственной охране, и объектов, обеспечивающих жизнедеятельность населения и функционирование транспорта. Установление ограничений на осуществление отдельных видов финансово-экономической деятельности, включая перемещение товаров, услуг и финансовых средств. Установление особого порядка, приобретения и распределения продовольствия и предметов первой необходимости. Запрещение или ограни-	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	чение проведения собраний, митингов и демонстраций, а также иных массовых мероприятий. Запрещение забастовок и иных способов прекращения деятельности организаций. Ограничение движения транспортных средств и осуществление их досмотра.	

РАЗДЕЛ 2. Обеспечение безопасных условий жизнедеятельности

Цели:

- сформировать представление об основах профессиональной культуры безопасности жизнедеятельности;

- раскрыть основные положения о чрезвычайных и экстремальных ситуациях;

- формировать способность идентифицировать опасности и оценивать риски в сфере профессиональной деятельности.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 2.1	Прогнозирование возможной радиационной обстановки. Оценка фактической радиационной обстановки по данным разведки. Оценка химической обстановки прогнозированием и по данным разведки. Прогнозирование обстановки в районе пожаро- или взрывоопасного объекта.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2.2	Социальная безопасность как условие общественной безопасности в Российской Федерации. Понятие и классификация опасностей социального характера. Факторы социальных угроз и их индикаторы. Прогнозирование социальных опасностей. Социальные конфликты.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2.3	Краткая характеристика пожаро- и взрывоопасных объектов. Виды пожаров. Способы пожаротушения. История городских пожаров. Классификация пожаров. Способы тушения пожаров. Правила поведения при пожаре. Последствия взрывов и пожаров.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2.4	Законодательные, правовые, нормативно-технические и организационные основы обеспечения безопасности жизнедеятельности. Государственное управление безопасностью: органы управления, надзора и контроля за безопасностью, их основные функции, права и обязанности, структура. Принципы и методы управления безопасностью жизнедеятельности. Средства управления БЖД. Требования безопасности в технических регламентах.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Человек и среда обитания.

Цели:

- формировать культуру безопасности;

- формировать способность идентифицировать опасности и оценивать риски в сфере повседневной деятельности;

- развить мотивации сохранения жизни и воспитание чувства ответственности за свою жизнь и жизнь окружающих.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Человек и среда обитания, воздействие негативных факторов. 2. Классификация негативных факторов в системе «человек - среда обитания». 3. Определение понятия «опасность» и её синонимический ряд. 4. Вредные и опасные факторы, методы обеспечения безопасного взаимодействия со средой обитания. 5. Антропогенное воздействие на природную среду, региональный комплекс негативных факторов.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Характеристика личности экстремиста и террориста. 2. Классификация ЧС природного характера. 3. ЧС в атмосфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий. 4. ЧС в гидросфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий. 5. ЧС литосфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий. 6. Природные пожары: классификация, характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий. 7. Биологические опасности: заболевания человека, животных, растений.	Дискуссия
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Классификация ЧС техногенного и антропогенного характера. 2. Причины, особенности и характер развития аварий и катастроф на объектах экономики. 3. Действие населения при авариях, катастрофах. 4. Радиационно-опасные объекты, особенности аварий и катастроф. 5. Основные поражающие факторы радиационных аварий. 6. Химически-опасные объекты, причины и особенности аварий и катастроф. 7. Степень опасности химических объектов. 8. Особенности аварий и катастроф на пожаро-взрывоопасных объектах	Дискуссия

РАЗДЕЛ 2. Обеспечение безопасных условий жизнедеятельности.

Цели:

- формировать культуру безопасности;

- формировать способность идентифицировать опасности и оценивать риски в сфере повседневной деятельности;

- развить мотивации сохранения жизни и воспитание чувства ответственности за свою жизнь и жизнь окружающих.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Правила прогнозирования ЧС. 2. Мониторинг различных факторов окружающей среды для предупреждения ЧС. 3. Основные задачи мониторинга. 4. Изучение и анализ факторов и условий, влияющих на ликвидацию чрезвычайных ситуаций. 5. Основные элементы для анализа обстановки и её оценки. 6. Методическое руководство и координация деятельности системы мониторинга и прогнозирования чрезвычайных ситуаций.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Общая характеристика социальной безопасности и классификация социальных опасностей. 2. Классификация видов опасных ситуаций социального характера. 3. Угрозы социальной безопасности человека в современном мире. 4. Духовная безопасность как условие обеспечения социальной безопасности человека в современной России. 5. Терроризм и его современные особенности. 6. Правила поведения человека при угрозе террористического акта и захвате заложников. 7. Социальных проблем современной (и не только) молодёжи. 8. Многочисленность социальных опасностей. 9. Виды и причины возникновения социальных конфликтов. Толпа и её виды. Правила поведения в толпе. 10. Главные причины появления социальных опасностей.	Дискуссия
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Нормативное правовое регулирование в области пожарной безопасности. 2. Система обеспечения пожарной безопасности и её функции. 3. Задачи пожарной профилактики. 4. Меры пожарной безопасности. 5. Лицензирование в области пожарной безопасности. 6. Ответственность за нарушение требований пожарной безопасности.	Дискуссия
Занятие 4	Примерный перечень вопросов: 1. Закон, определяющий права и обязанности граждан	Дискуссия

	России в области защиты от ЧС. 2. Основные направления системы управления безопасности жизнедеятельности. 3. Средства управления БЖД. 4. Целевые подсистемы системы управления безопасности жизнедеятельности. 5. Основополагающие принципы обеспечения безопасности. 6. Основные методы управления безопасностью. 7. Организационные принципы управления безопасностью. 8. Силы и средства обеспечения безопасности жизнедеятельности.	

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. **Человек и среда обитания**	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка к дискуссии
Раздел 2. Обеспечение безопасных условий жизнедеятельности	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка к дискуссии

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Человек и среда обитания, воздействие негативных факторов.
2. Классификация негативных факторов в системе «человек - среда обитания».
3. Определение понятия «опасность» и её синонимический ряд.
4. Вредные и опасные факторы, методы обеспечения безопасного взаимодействия со средой обитания.
5. Антропогенное воздействие на природную среду, региональный комплекс негативных факторов.
6. Характеристика личности экстремиста и террориста.
7. Классификация ЧС природного характера.
8. ЧС в атмосфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий.
9. ЧС в гидросфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий.
10. ЧС литосфере: характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий.
11. Природные пожары: классификация, характеристика, поражающие факторы, защита населения от их последствий.
12. Биологические опасности: заболевания человека, животных, растений.

13. Классификация ЧС техногенного и антропогенного характера.

14. Причины, особенности и характер развития аварий и катастроф на объектах экономики.

15. Действие населения при авариях, катастрофах.

16. Радиационно-опасные объекты, особенности аварий и катастроф.

17. Основные поражающие факторы радиационных аварий.

18. Химически-опасные объекты, причины и особенности аварий и катастроф.

19. Степень опасности химических объектов.

20. Особенности аварий и катастроф на пожаро-взрывоопасных объектах

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

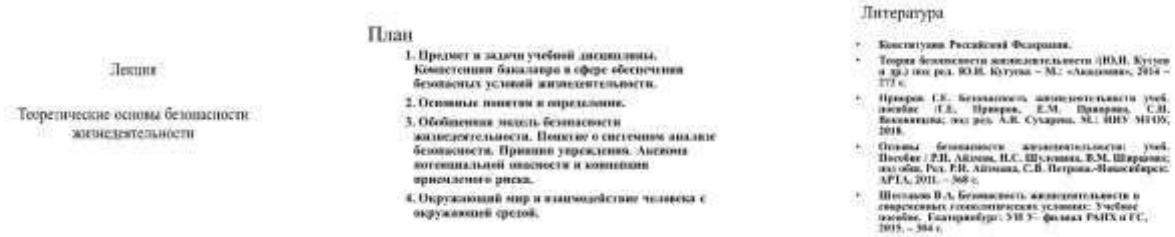
1. Правила прогнозирования ЧС.
2. Мониторинг различных факторов окружающей среды для предупреждения ЧС.
3. Основные задачи мониторинга.
4. Изучение и анализ факторов и условий, влияющих на ликвидацию чрезвычайных ситуаций.
5. Основные элементы для анализа обстановки и её оценки.
6. Методическое руководство и координация деятельности системы мониторинга и прогнозирования чрезвычайных ситуаций.
7. Общая характеристика социальной безопасности и классификация социальных опасностей.
8. Классификация видов опасных ситуаций социального характера.
9. Угрозы социальной безопасности человека в современном мире.
10. Духовная безопасность как условие обеспечения социальной безопасности человека в современной России.
11. Терроризм и его современные особенности.
12. Правила поведения человека при угрозе террористического акта и захвате заложников.
13. Социальных проблем современной (и не только) молодёжи.
14. Многочисленность социальных опасностей.
15. Виды и причины возникновения социальных конфликтов. Толпа и её виды. Правила поведения в толпе.
16. Главные причины появления социальных опасностей.
17. Нормативное правовое регулирование в области пожарной безопасности.
18. Система обеспечения пожарной безопасности и её функции.
19. Задачи пожарной профилактики.
20. Меры пожарной безопасности.
21. Лицензирование в области пожарной безопасности.
22. Ответственность за нарушение требований пожарной безопасности.
23. Закон, определяющий права и обязанности граждан России в области защиты от ЧС.
24. Основные направления системы управления безопасности жизнедеятельности.
25. Средства управления БЖД.
26. Целевые подсистемы системы управления безопасности жизнедеятельности.
27. Основополагающие принципы обеспечения безопасности.
28. Основные методы управления безопасностью.

29. Организационные принципы управления безопасностью.
30. Силы и средства обеспечения безопасности жизнедеятельности.

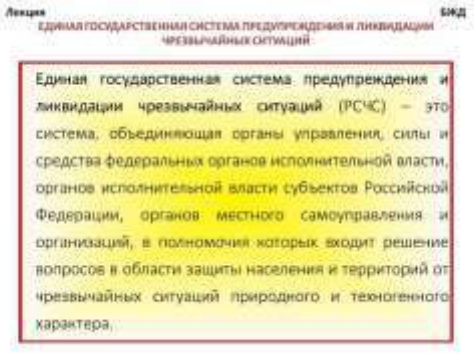
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Человек и среда обитания

Тема 1.1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. Взаимодействие человека со средой обитания. Основные понятия и определения.



Тема 1.2. Классификация чрезвычайных ситуаций. Единая государственная система предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.



Тема 1.3. Опасные ситуации природного, биологического и экологического характера их предупреждение и защита от них.

Тема 1.4. Опасные ситуации техногенного и антропогенного происхождения их предупреждение и защита от них.

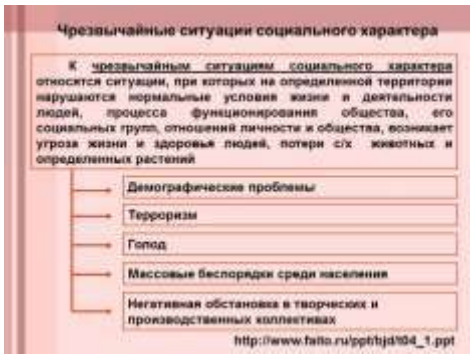
Тема 1.5. Поддерживание безопасных условий жизнедеятельности в условиях военных конфликтов

АРТ 2231

РАЗДЕЛ 2. Обеспечение безопасных условий жизнедеятельности.

Тема 2.1. Прогнозирование и оценка обстановки при чрезвычайных ситуациях

Тема 2.2. Опасности социального характера и защита от них



Тема 2.3. Пожарная безопасность

Тема 2.4. Управление безопасностью жизнедеятельности

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;

4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов

Цели занятия: изучить понятия: физическая культура, физическое воспитание, физическая подготовленность, двигательная подготовленность, профессионально-прикладная подготовка, спорт, средства физической культуры, методы физической культуры, компоненты физической культуры.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: лекция, диалог, рассказ.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие «культура» можно определить, как степень раскрытия потенциальных возможностей личности в различных областях деятельности. Культура представлена в результатах материальной и духовной деятельности человека. Он познает культуру, зафиксированную в духовных и материальных ценностях, действует в социальной среде как носитель культурных ценностей, создает новые ценности, необходимые для развития культуры последующих поколений.

Физическая культура – часть общей культуры общества и личности, направленная на всестороннее, гармоничное развитие личности, его физических, психологических и духовных качеств.

Физическая культура – часть общей культуры общества и личности

Физическая культура – органическая часть общечеловеческой культуры, ее особая самостоятельная область. Вместе с тем это специфический процесс и результат человеческой деятельности, средство и способ физического совершенствования личности. Физическая культура воздействует на жизненно важные стороны индивида, полученные в виде задатков, которые передаются генетически и развиваются в процессе жизни под влиянием воспитания, деятельности и окружающей среды. Физическая культура удовлетворяет социальные потребности в общении,

игре, развлечении, в некоторых формах самовыражения личности через социально активную полезную деятельность.

В своей основе физическая культура имеет целесообразную двигательную деятельность в форме физических упражнений, позволяющих эффективно формировать необходимые умения и навыки, физические способности, оптимизировать состояние здоровья и работоспособность.

Физическая культура представлена совокупностью материальных и духовных ценностей. К первым относятся спортивные сооружения, инвентарь, специальное оборудование, спортивная экипировка, медицинское обеспечение. Ко вторым можно отнести информацию, произведения искусства, разнообразные виды спорта, игры, комплексы физических упражнений, этические нормы, регулирующие поведение человека в процессе физкультурно-спортивной деятельности, и др. В развитых формах физическая культура продуцирует эстетические ценности (физкультурные парады, спортивно-показательные выступления и др.).

Результатом деятельности в физической культуре является физическая подготовленность и степень совершенства двигательных умений и навыков, высокий уровень развития жизненных сил, спортивные достижения, нравственное, эстетическое, интеллектуальное развитие.

Итак, физическую культуру следует рассматривать как особый род культурной деятельности, результаты которой полезны для общества и личности. В социальной жизни в системе образования, воспитания, в сфере организации труда, повседневного быта, здорового отдыха физическая культура проявляет свое воспитательное, образовательное, оздоровительное, экономическое и общекультурное значение, способствует возникновению такого социального течения, как физкультурное движение, т.е. совместная деятельность людей по использованию, распространению и приумножению ценностей физической культуры.

Компоненты физической культуры

Физическое воспитание. Включенное в систему образования и воспитания, начиная с дошкольных учреждений, оно характеризует основу физической подготовленности людей – приобретение фонда жизненно важных двигательных умений и навыков, разностороннее развитие физических способностей. Его важными элементами являются «школа» движений, система гимнастических упражнений и правила их выполнения, с помощью которых у ребенка формируются умения дифференцированно управлять движениями, способность координировать их в разных сочетаниях; система упражнений для рационального использования сил при перемещениях в пространстве (основные способы ходьбы, бега, плавания, бега на коньках, на лыжах и др.), при преодолении препятствий, в метаниях, в поднимании и переноске тяжестей; «школа» мяча (игра в волейбол, баскетбол, гандбол, футбол, теннис и др.).

Физическое развитие – это биологический процесс становления, изменения естественных морфологических и функциональных свойств организма в течение жизни человека (длина, масса тела, окружность грудной клетки, жизненная емкость легких, максимальное потребление кислорода, сила, быстрота, выносливость, гибкость, ловкость и др.).

Физическое развитие управляемо. С помощью физических упражнений, различных видов спорта, рационального питания, режима труда и отдыха можно изменять в необходимом направлении приведенные выше показатели физического развития. В основе управления физическим развитием лежит биологический закон упражняемости и закон единства форм и функций организма. Между тем физическое развитие мере обусловлено и законами наследственности, которые необходимо учитывать, как факторы благоприятствующие или наоборот препятствующие физическому совершенствованию человека.

Процесс физического развития подчиняется также закону возрастной ступенчатости. Поэтому вмешиваться в этот процесс с целью управления им можно только с учетом особенностей

и возможностей организма в различные возрастные периоды: становления и роста, наивысшего развития форм и функций, старения.

Кроме того, физическое развитие связано с законом единства организма и среды и зависит от условий жизни человека, в том числе и географической среды. Поэтому при выборе средств и методов физического воспитания необходимо учитывать влияние указанных законов.

Физическое развитие тесно связано со здоровьем человека. Здоровье выступает как ведущий фактор, который определяет не только гармоничное развитие молодого человека, но и успешность освоения профессии, плодотворность его будущей профессиональной деятельности, что составляет общее жизненное благополучие.

Благодаря профессионально-прикладной физической культуре создаются предпосылки для успешного овладения той или иной профессией и эффективного выполнения работы. На производстве это вводная гимнастика, физкультпаузы, физкультминутки, после рабочие реабилитационные упражнения и др. Содержание и состав средств профессионально-прикладной физической культуры, порядок их применения определяются особенностями трудового процесса. В условиях воинской службы она приобретает черты военно-профессиональной физической культуры.

Оздоровительно-реабилитационная физическая культура. Она связана с направленным использованием физических упражнений в качестве средств лечения заболеваний и восстановления функций организма, нарушенных или утраченных вследствие заболеваний, травм, переутомления и других причин. Ее разновидностью является лечебная физическая культура, которая имеет широкий комплекс средств и методов (лечебная гимнастика, дозированная ходьба, бег и другие упражнения), связанных с характером заболеваний, травм или других нарушений функций организма (перенапряжение, хроническое утомление, возрастные изменения и др.). Средства ее используются в таких режимах, как «щадящий», «тонизирующий», «тренирующий» и др., а формами проведения могут быть индивидуальные сеансы-процедуры, занятия урочного типа и др.

Фоновые виды физической культуры. К ним относят гигиеническую физическую культуру, включенную в рамки повседневного быта (утренняя гимнастика, прогулки, другие физические упражнения в режиме дня, не связанные со значительными нагрузками) и рекреативную физическую культуру, средства которой используются в режиме активного отдыха (туризм, физкультурно-оздоровительные развлечения). Фоновая физическая культура оказывает оперативное влияние на текущее функциональное состояние организма, нормализуя его и способствуя созданию благоприятного функционального «фона» жизнедеятельности. Ее следует рассматривать как компонент здорового образа жизни. Она особенно эффективна в сочетании с другими компонентами физической культуры и прежде всего с базовой.

В качестве средств физической культуры используются: физические упражнения, естественные силы природы (солнце, воздух и вода, их закаливающее воздействие), гигиенические факторы: личная гигиена – распорядок дня, гигиена сна, режим питания, трудовой деятельности, гигиена тела, спортивной одежды, обуви, мест занятий, отказ от вредных привычек). Их комплексное взаимодействие обеспечивает наибольший оздоровительный и развивающий эффект.

Что такое физическая культура.

- Термин «физическая культура» появился в Англии, но не нашел широкого употребления на Западе и в настоящее время практически исчез из обихода. В нашей стране, напротив, получил свое признание во всех высоких инстанциях и прочно вошел в научный и практический лексикон.
- Физическая культура это деятельность человека, направленная на укрепление здоровья и развитие физических способностей. Она развивает организм гармонично и сохраняет отличное физическое состояние на долгие годы. Физкультура является частью общей культуры человека, а также частью культуры общества и представляет собой совокупность - ценностей, знаний и норм, которые используются обществом для развития физических и интеллектуальных способностей человека.

ФИЗИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ – закономерный процесс становления и изменения форм и функций организма человека, развивающийся под влиянием условий жизни, в частности физического воспитания человека; его характеристиками являются: показатели здоровья, телосложения, развития физических качеств. Физическое развитие – процесс естественный и во многом обусловлен генетически, однако существенное влияние на физическое развитие человека оказывают социально-экономические, климатические условия, а также физическое воспитание.

Тема лекционного занятия: Основы здорового образа жизни

Цели занятия: познакомить с составляющими здорового образа жизни

Методы и средства обучения, основные методические приемы: лекция, диалог, рассказ.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Здоровый образ жизни (ЗОЖ) – это жизненный уклад, благодаря которому люди укрепляют здоровье и предотвращают появление болезней.

ЗОЖ - это способ жизнедеятельности, направленный на устранение вредных привычек и формирование режима дня, культуры питания, регулярной физической активности.

Здоровье - это главная ценность жизни, один из важнейших компонентов человеческого счастья. От состояния здоровья организма зависит жизнь человека.

Физическое здоровье – это естественное состояние организма, обусловленное нормальным функционированием всех его органов и систем. Если все органы и системы хорошо работают, то и весь организм человека правильно развивается и функционирует.

Психическое здоровье - оптимальное функционирование всех психических структур, необходимых для текущей жизнедеятельности. Психически здоровый человек разумен, защищен от ударов судьбы, открыт для общения с людьми и имеет способность справляться с жизненными проблемами.

Многими критериями определяется степень состояния здоровья человека: состоянием организма, биологической активностью систем и органов, их способностью к регенерации, возможностей организма и другими. Полнота жизни человека напрямую зависит от состояния здоровья, точно так же, как и степень и характер активности человека, стиль его жизни во многом определяют уровень функциональных возможностей его организма. Такая взаимозависимость открывает большие возможности для укрепления и профилактики здоровья.

Выбор того, как вести свою жизнь, у каждого человека свой. Но иногда, им следует задуматься о своем здоровье, ведь их сегодняшнее бездумное и легкомысленное поведение может пагубно отразиться в их недалеком будущем.

Ещё в Древней Греции ученые, среди которых был и Аристотель отмечали необходимость разностороннего воспитания (как физического, так и духовного) для гармоничного развития человека и его здоровья.

В последствие многие научные деятели подтвердили важность разносторонности развития человека. Так, Петр Францевич Лесгафт в своей работе «Основы естественной гимнастики» писал о необходимости гармоничного развития человека посредствам духовного и физического воспитания.

Что касается режима дня, то необходимо чередовать нагрузку (умственную и физическую) с отдыхом, приемами пищи в идеале через каждые 4 часа (важно помнить, что приём пищи должен осуществляться минимум за 1,5-2 часа до тренировки и через час после неё).

У здорового образа жизни есть несколько принципов, и каждый принцип несет в себе огромную пользу для организма человека.

На первое место выходит **здоровый сон**.

Во-первых, сон продлевает жизнь, но это не значит, что чем больше мы спим, тем больше мы себе продлим жизнь. Продолжительность сна должна быть равна примерно 8-ми часам. Сон, который длится меньше 6-ти часов или более 9-ти негативно отражается на человеке. Это приводит к повышению риска развития заболеваний, воспалительных процессов и даже подавленному состоянию.

Во-вторых, сон помогает оставаться в хорошей форме.

В-третьих, сон улучшает память, ведь ночью мозг активно работает, фильтрует и закрепляет всю информацию, полученную днем. Именно поэтому, после хорошего сна человек может лучше воспроизводить новую информацию.

В-четвертых, здоровый сон повышает внимательность. Человек может лучше концентрироваться.

Так же сон помогает поддержанию иммунитета и повышению настроения.

Сну должно отводиться не менее 8 часов в сутки.

Вторым компонентом ЗОЖ является **правильное питание**. Благодаря правильному питанию, организм человека получается все необходимые вещества, благодаря которым он способен нормально функционировать.

Правильное питание позволяет удерживать массу тела, которая необходима индивиду, укреплять иммунитет, прогрессировать в спортивной деятельности, повышать работоспособность, укреплять зубы, кости, ногти, волосы и т.д., оберегает от серьезных заболеваний.

Основные правила здорового питания:

употреблять как можно меньше соли и сахара (лучше употреблять йодированную соль, сахарозаменители растительного происхождения);

сократить потребление насыщенных жирных кислот, потреблять ненасыщенные;

сократить потребление мучных изделий (за исключением изделий из твёрдых сортов пшеницы);

употреблять больше свежих фруктов и овощей (приблизительной нормой считается 400г);

пить в день негазированную минеральную воду из расчёта 40мл на 1кг массы человека;

правильно сочетать продукты и правильно подбирать время суток для их потребления (например, единственный полезный способ приготовить овсяную кашу на воде, фрукты должны

употребляться отдельно от других продуктов, крахмал не сочетается с сахаром, овощи сочетаются с любыми продуктами, молочные продукты лучше употреблять вечером, а продукты с высоким содержанием углеводов в первой половине дня);

выбирать правильный способ приготовления пищи, позволяющий сохранить наибольшее количество витаминов, содержащихся в продуктах (запекание сохранит больше полезных веществ в продуктах, чем жарка).

Важно, чтобы составленный рацион (учитывающий пол, возраст, вес, индекс массы тела человека и привычную ему двигательную активность) являлся разнообразным и сбалансированным - в нем должно содержаться необходимое организму количество белков, жиров, углеводов, витаминов и воды.

Организация правильного питания состоит из:

1. Режима питания (советуется кушать от 3-х раз в день, естественно умеренными порциями). Когда у человека установлен режим питания, то это улучшает его усвоение пищи.
2. Контролирование калорийности рациона. Калорийность рациона зависит от возраста, пола и уровня телосложения, так же от физической деятельности человека.
3. Организация потребления пищи. Завтрак и обед является наиболее питательными приемом пищи, перекусы и ужин – наиболее легко усваиваемые.
4. Правильное сочетание продуктов. Это позволяет еде легче усваиваться.
5. Свежеприготовленная пища. Т.к. чем больше хранится блюдо, тем оно становиться менее полезным.

Психологическое равновесие.

В нынешнем ритме жизни очень важно сохранить психологическое равновесие. Психологическое равновесие человека – это баланс между его страхами и спокойствием. Стрессы, суматоха, разочарования - это все сказывается на нашем психологическом здоровье.

Вредные привычки человека – это действия, которые повторяются автоматически большое количество раз и наносят вред здоровью человека или окружающих его людей.

Основные вредные привычки современного человека:

- употребление наркотиков;
- алкоголизм;
- курение;
- переедание;
- шопоголизм;
- интернет и телевизионная зависимость;
- щелканье суставами;
- привычка ковырять кожу или грызть ногти;
- зависимость от игр.

Основные причины возникновения вредных привычек:

- влияние общества: если в компании, в которой находится человек, считается нормой те или иные привычки, например, употребление алкоголя, курение, то, вероятно, он также будет следовать им, чтобы доказать свою принадлежность к этой компании, отсюда возникает мода на вредные привычки;

- неустроенность в жизни и отчуждение;

- уход от стресса;

- любопытство

- удовольствие: постоянное получение удовольствия приводит к тому, что человек становится алкоголиком или наркоманом;

- безделье.

Вредные привычки являются одной из насущных проблем современного общества, и поэтому борьба с ними просто необходима.

Борьба с вредными привычками весьма сложная, но крайне необходимая. Чем раньше человек это осознает, тем легче ему будет побороть свою зависимость и навсегда отказаться от пагубных привычек.

Лучшая профилактика вредных привычек – здоровый и активный образ жизни. Любой вид спорта поможет выплеснуть негатив и отвлечься от проблем.

Необходима господдержка развития спорта, использование горячих линий и телефонов психологической помощи, создание мест занятости для детей и подростков, создание новых современных наркологических центров.

Именно от самого человека зависит, как сложится его жизнь, сможет ли он избежать вредных привычек и сохранить своё здоровье.

Так же ЗОЖ никак не обходится без **гигиены**. Помимо того, что при соблюдении гигиены, человек будет менее уязвим от болезней и инфекций, с ним будет приятнее общаться окружающим.

Существует гигиена тела; волос; полости рта; нательного белья, одежды и обуви; спального места;

Важна регулярность в принятии душа, мытье волос, чистке зубов, смене и стирке белья и одежды и т.д. Также важно правильно подобрать индивидуальные средства для ухода (за телом, волосами, лицом, полостью рта).

Что касается **физической активности**, она в первую очередь должна соответствовать степени физической подготовленности человека, степени его здоровья и отчасти предпочтениям в видах физической активности (чем больше человеку нравится вид физической нагрузки, тем больше вероятность того, что он будет систематически ею заниматься). Тем не менее, разнообразие физической активности важно (как и разнообразие рациона питания), поскольку чередование видов нагрузки (анаэробной с аэробной, нагрузки умеренной интенсивности с нагрузкой высокой интенсивности) позволяет быстрее добиться результатов и способствует разностороннему развитию организма человека.

Важность физической активности заключается не только в развитии физических качеств человека, но и в поддержании здорового веса, что в целом способствует укреплению здоровья.

Закаливание. Другой способ укрепить здоровье человека, сделав организм более устойчивым к переохлаждениям, изменению температурного режима, и различным нагрузкам – это закаливание. Оно по сути своей нужно для повышения сопротивляемости организма к неблагоприятным условиям окружающей среды. Закаливание помогает сохранить здоровье, вырабатывая иммунитет и улучшая терморегуляцию.

Способы закаливания как и рацион питания и физические нагрузки должны быть индивидуально подобраны, желательно при помощи специалистов.

Виды закаливания:

аэротерапия (воздухом);

гелиотерапия (солнцем);

хождение босиком;

закаливание водой;

обтирание;

обливание;

контрастный душ;

лечебное купание и моржевание.

Важно начинать закаливающие процедуры будучи здоровым, проводить самоконтроль, соблюдать постепенность, регулярность, сочетать закаливание с физическими упражнениями для усиления эффекта.

Закаливание имеет несколько принципов, такие как:

1. *Сознательное проведение*. Важно, чтоб процедуры вызывали положительные эмоции. И если человек чувствует, что ему вовсе нехорошо, то ему нужно прекратить закаливание.
2. Закаливание *советуется только здоровым людям*, у которых не происходят воспалительных процессов. Т.к. можно только усугубить ситуацию.
3. *Принцип постепенности*. Интенсивность и время проведения закаливание нужно проводить в нарастающем режиме. Если человек сделает длительные перерывы в закаливание, то придется начинать заново с менее продолжительных и щадящих процедур.
4. *Закаливание в сочетании с физическими упражнениями* и играми идут лишь на пользу и помогают повышению сопротивляемость организма.

Закаливание имеет очень **много положительных свойств**: нормализация артериального давление, улучшение кровообращения, повышение выносливости и работоспособности, увеличивает силу мышц и благоприятно воздействуем на нервную систему. Помимо этого, оно еще повышает настроение человека, придавая ему бодрость и тонус.

Самый важный принцип ЗОЖ – это **занятия спортом.**

Научно доказано, что регулярная физическая активность благоприятно сказывается на состоянии здоровья и даже омолаживает организм как снаружи, так и изнутри. Так же спорт помогает похудеть, держать себя в форме, укрепляет кости и мышцы, спорт даже является своеобразным лекарством от депрессий и подавленности. Спортивное воздействие на организм снижает вредное воздействие стресса, убирает мешки под глазами, улучшает цвет кожи и повышает ее упругость.

Помимо положительного влияния на организм, спорт объединяет людей, из-за чего мы находим новых друзей, с которыми нас связывают общие интересы.

Итак, здоровый образ жизни необходим людям, в особенности профессиональным спортсменам. ЗОЖ помогает им добиваться больших высот.

Если бы все люди чуть больше заботились о своем здоровье, то в будущем нас ожидала бы сильная и мощная нация.

В здоровом образе жизни важным является сбалансированность и индивидуальный подход, поскольку физические способности и физиологические особенности организма каждого человека уникальны.

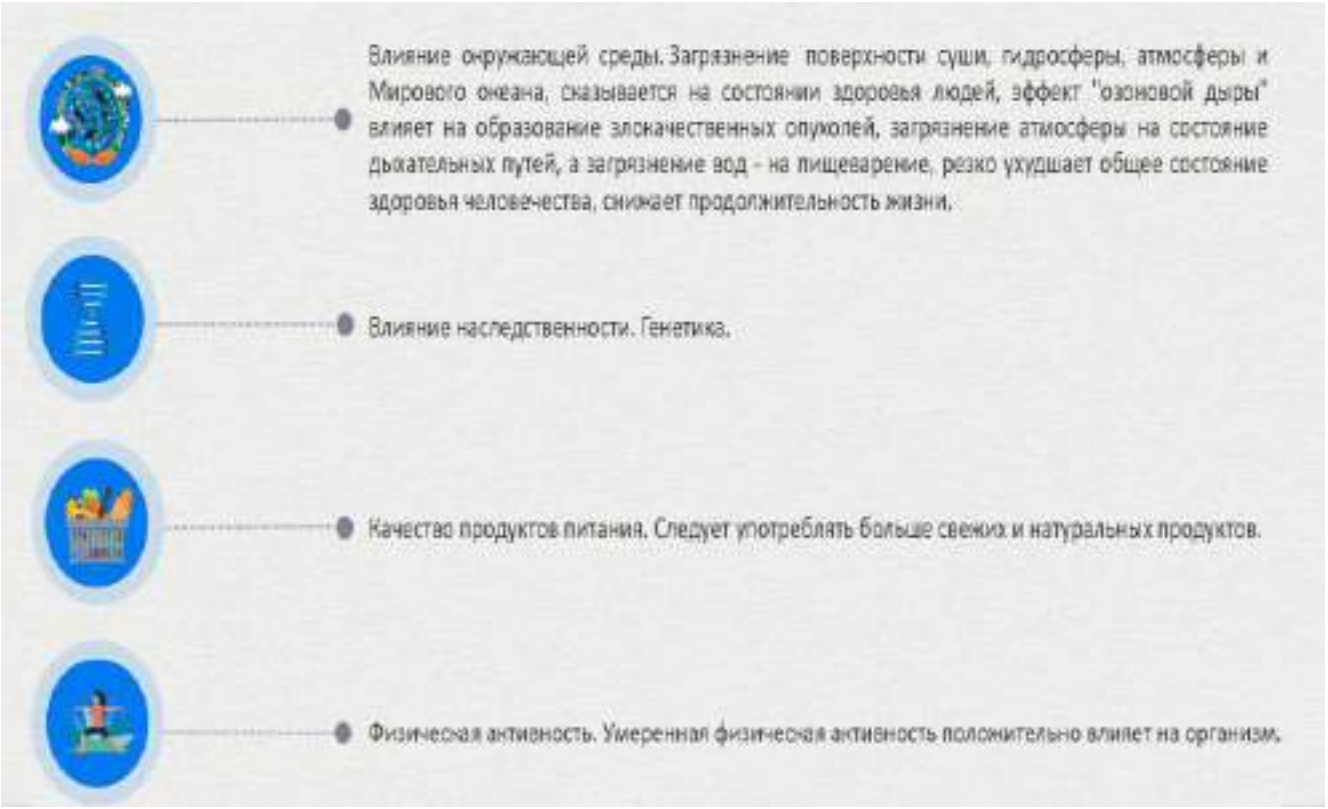
ЗОЖ является предпосылкой для развития разных сторон жизнедеятельности человека, достижения им долголетия и полноценного выполнения социальных функций, для активного участия в трудовой, общественной, семейно-бытовой, досуговой деятельности.

Здоровый образ жизни предстает как специфическая форма целесообразной активности человека — деятельность, направленная на сохранение, укрепление и улучшение его здоровья.

К основным элементам здорового образа жизни относятся:

- достаточная двигательная активность (оптимальный двигательный режим)
- сбалансированное питание
- отсутствие пагубных привычек;
- закаливание;
- оптимальный режим работы и отдыха;
- положительное восприятие жизни;
- состояние окружающей среды;
- наследственность;
- личная гигиена;
- режим дня.

Здоровье является основным условием и залогом полноценной жизни. Здоровье помогает нам выполнять наши планы, успешно решать основные жизненные задачи, преодолевать трудности, а если придется, то и значительные перегрузки. Доброе здоровье, разумно сохраняемое и укрепляемое самим человеком, обеспечивает ему долгую и активную жизнь.



Гипокинезия – это пониженная двигательная активность. Она может быть связана с физиологической незрелостью организма, с особыми условиями работы в ограниченном пространстве, с некоторыми заболеваниями и др. причинами. В некоторых случаях (гипсовая повязка, постельный режим) может быть полное отсутствие движений или акинезия.

Гиподинамия – это понижение мышечных усилий, когда движения осуществляются, но при крайне малых нагрузках на мышечный аппарат.

Отсутствие мышечной нагрузки снижает интенсивность энергетического обмена, что отрицательно сказывается на скелетных и сердечной мышцах. Кроме того, малое количество нервных импульсов, идущих от работающих мышц, снижает тонус нервной системы, утрачиваются приобретенные ранее навыки, не образуются новые. Все это самым отрицательным образом отражается на здоровье. Сидячий образ жизни приводит к тому, что хрящ постепенно становится менее эластичным, теряет гибкость. Это может повлечь снижение амплитуды дыхательных движений и потерю гибкости тела. Особенно сильно от неподвижности или малой подвижности страдают суставы.

ВОЗ рекомендует по крайней мере от 150 до 300 минут умеренной аэробной активности в неделю для всех взрослых и в среднем 60 минут умеренной аэробной физической активности в день для детей и подростков

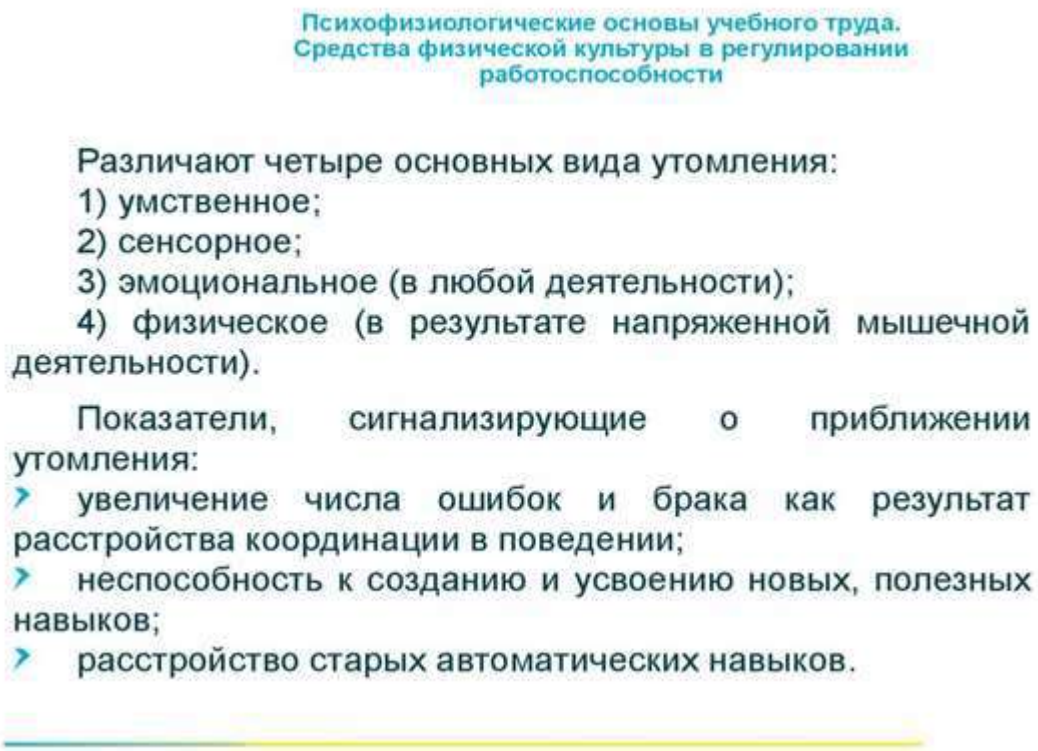
Тема лекционного занятия: Средства и методы физической культуры в регулировании работоспособности

Цели занятия: познакомить со средствами и методами физической культуры для регулирования работоспособности.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: лекция, диалог, рассказ.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

К объективным факторам относятся пол, возраст, состояние здоровья и уровень функциональной подготовленности, среду жизнедеятельности и учебного труда студентов, общую учебную нагрузку, длительность и характер отдыха и др. Особенности женского и мужского организма проявляются в разной реакции на физическую и психическую нагрузку, на характер эмоциональной окраски этой нагрузки. Существенные индивидуальные колебания функционального и психоэмоционального состояния у девушек во многом могут объясняться естественными физиологическими причинами. Возраст также оказывает определенное влияние на работоспособность при умственной деятельности. В возрасте 17—25 лет происходит становление целостного интеллекта и его отдельных функций. Исследования показали, что наиболее благоприятным для занятий различными видами творческого умственного труда является возраст от 20 до 30 лет.
Среда жизнедеятельности и учебного труда является одним из объективных факторов, влияющих на успешность обучения и реакцию организма на учебную нагрузку.
К **субъективным факторам** следует отнести индивидуальную неспособность адаптироваться к социальным условиям обучения в университете; личностные качества (характер, острота восприятия чужого мнения и др.); мотивацию занятий в данном учебном заведении. Способность адаптироваться к условиям обучения в вузе зависит от целого ряда причин. Прежде всего сказывается индивидуальная психофизиологическая усталость после огромного расхода нервной энергии в период приемных экзаменов в вузе, важен уровень базовых знаний, с которыми пришел в колледж первокурсник, его способности к освоению специальных знаний, умений и навыков, требующихся в избранной профессии, и др.
Жизненный опыт показывает, что человек проходит как бы три стадии в развитии своих отношений с другими людьми: в подростковом и юношеском возрасте его очень интересует мнение всех о нем; в молодом и зрелом возрасте — мнение людей, которых он уважает; в пожилом и старшем — чужое мнение уже мало его волнует, так как он сам себя знает лучше других. Поэтому желательно, чтобы период адаптации студента совпал с более высоким уровнем его реальной самооценки, что позволит ему, с одной стороны, исправлять свои недостатки, а с другой — не попадать под чужое, нередко негативное влияние. Очень важно в это время проявить стойкость в обязательном и сознательном соблюдении всех составляющих здорового образа жизни (отказ от вредных привычек и т.д.), несмотря на многие «сбивающие» факторы, традиционно присутствующие в студенческом коллективе.
Приспособление к новой системе обучения, вхождение в новый коллектив, осмысление и степень принятия ценностей будущей профессиональной деятельности — все это сопровождается большим напряжением компенсаторно-приспособительных механизмов молодого организма, оказывающих свое влияние на способность адаптации к социальным условиям обучения в университете. Этим отчасти объясняется возможное снижение уровня «привычной» успеваемости на I курсе, возникающие трудности в общении и т.п. У одних студентов период адаптации происходит плавно, у других — скачкообразно. И все же около 35% студентов ощущают дезадаптационный синдром. К психофизическому дискомфорту может привести не только непривычная учебная нагрузка, но и, как отмечалось выше, плохая организация труда и отдыха самого студента. Личностные качества во много определяют общий процесс адаптации студента к новым условиям его жизнедеятельности в университете. Взаимовлияние студентов друг на друга — сложный процесс.



ЗОЖ в жизнедеятельности студентов.

Влияние факторов на формирование здоровья студентов:

Занятия физическими упражнениями -15-30%.

Сон-24-30%.

Питание – 10-16%.

Другие-24-51%.

Изучение образа жизни студентов показало пренебрежение ими основных правил ЗОЖ:

- 27% студентов уходят на занятия без завтрака, что приводит к снижению работоспособности на 87% студентов.
- 9-21% студентов ложатся спать в 1-2 ночи, что сказывается на снижении работоспособности в течении дня на 7-18%.
- 59% студентов начинают самоподготовку к учебным занятиям не раньше 20 часов и заканчивают за полночь.
- 36% студентов занимается самоподготовкой в выходные дни, предназначенные для отдыха, восстановления сил.
- 62% студентов проводит на свежем воздухе менее 30 минут в день, при гигиенической норме – 2 часа.
- 2% студентов используют регулярные закаливающие процедуры, что обуславливает вспышки простудных заболеваний осенью и зимой у 80% студентов.
- 5-9% студентов занимаются физическими упражнениями в свободное время.

Тема лекционного занятия: Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями

Цели занятия: познакомить с основами самостоятельных занятий общей и специальной физической подготовке по видам физкультурно-спортивной направленности.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: лекция, диалог, рассказ.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Основные методические положения самостоятельных занятий.

Приступая к самостоятельным физическим упражнениям, необходимо знать те основные методические положения, которые позволят правильно дозировать физические нагрузки, регулировать их воздействие на организм, избежать возможных перегрузок. Как считает известный специалист физического воспитания В.А. Масляков, необходимо учитывать следующие факторы; • исходное положение, из которого выполняется упражнение, существенно влияет на степень физической нагрузки. К ней относятся: изменение формы и величины опорной поверхности при выполнении упражнений (стоя, сидя, лежа), изменение положения центра тяжести тела по отношению к опоре и др.; • темп выполнения упражнений может быть медленным, средним, быстрым. (в циклических упражнениях, например, большую нагрузку дает быстрый темп, в силовых – медленный темп); • амплитуда движений (с увеличением амплитуды нагрузка на организм возрастает); • количество повторений упражнения (чем большее число раз повторяется упражнение, тем больше нагрузка, и наоборот); • величина и количество участвующих в упражнении мышечных групп (чем больше мышц участвует в выполнении упражнения, чем они крупнее по массе, тем значительнее физическая нагрузка); • степень сложности упражнения зависит от количества участвующих в упражнении мышечных групп и от координации их деятельности (сложные упражнения требуют усиленного внимания, что создаѐт значительную эмоциональную нагрузку); • степень и характер мышечного напряжения (при максимальных напряжениях мышцы недостаточно снабжаются кислородом и питательными веществами, быстро нарастает утомление. Трудно долго продолжать работу и при быстром чередовании мышечных сокращений и расслаблений, ибо это приводит к быстрому утомлению); • мощность мышечной работы (количество работы в единицу времени) зависит от времени ее выполнения, развиваемой скорости и силы при движении. Чем больше мощность, тем выше физическая нагрузка); • продолжительность и характер пауз отдыха между упражнениями. (продолжительный отдых способствует более полному восстановлению организма. По характеру паузы отдыха могут быть пассивными и активными. При активных паузах, когда выполняются легкие упражнения разгрузочного характера или упражнения в мышечном расслаблении, восстановительный эффект повышается). Учитывая перечисленные факторы, можно уменьшать или увеличивать суммарную физическую нагрузку в одном занятии и в серии занятий в течение продолжительного периода времени.

Правила организации и гигиены самостоятельных занятий физической культурой.

Правила организации и гигиены самостоятельных занятий физической культурой включают в себя здоровый образ жизни, рациональный режим дня, соблюдение личной гигиены, меры профилактики спортивного травматизма и закаливания, кроме того, необходимо поддерживать хорошее санитарное состояние мест занятий, спортивной одежды и обуви, а также знать основной характер воздействия применяемых упражнений на организм человека. Рекомендуется также уметь пользоваться некоторыми восстанавливающими средствами, такими, как парная баня и массаж или самомассаж. Причинами заболеваний и травматизма, связанных с физическими упражнениями, являются нарушения их гигиенического обеспечения, нерациональная методика и организация занятий, неполноценное материально-техническое обеспечение и неудовлетворительное состояние здоровья занимающихся. Профилактика отрицательных явлений требует выполнения ряда условий. Например, заниматься физическими упражнениями желательно в одно и то же время суток, не ранее, чем через 1,5-2 часа после еды (но не натощак), в соответствующей спортивной форме. Необходимо соблюдать постепенность в разучивании новых и сложных упражнений и в увеличении их количества. Обувь, одежда и спортивный инвентарь должны соответствовать возможностям и возрасту занимающихся, а также погодным условиям.

Недопустимы занятия в период болезни, в состоянии значительного утомления или недомогания, особенно девушкам и женщинам.

Очень важно соблюдать правила личной гигиены, особенно чистоту тела. Рекомендуется занятия физическими упражнениями всегда проводить на открытом воздухе, полностью использовать факторы закаливания - солнце, свежий воздух. Современный специалист должен быть закаленным, физически культурным человеком.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов

Формы практических заданий: расчетное практическое задание.

Задания расчетно-графической работы.

ОРТОСТАТИЧЕСКАЯ ПРОБА.

Цель работы: научиться проводить оценку функционального состояния сердечно-сосудистой и нервной систем организма.

Приборы и оборудование: секундомер

Ход работы: полученные результаты занести в тетрадь и написать выводы по каждому испытуемому.

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции)

Тема занятия: Основы здорового образа жизни
Формы практических заданий: расчетное практическое задание.
Задания расчетно-графической работы.

ДНЕВНИК САМОКОНТРОЛЯ
Цель работы: научиться заполнять показатели самоконтроля физического развития и подготовленности
Приборы и оборудование: весы
Ход работы: полученные результаты занесите в таблицу.

№ п/п	Показатели самоконтроля	Дата наблюдения и состояние (оценка)		
		05.12.20…	06.12.20…	Общее
1	Самочувствие	хорошее	хорошее	
2	Настроение	хорошее	удовлетворительное	
3	Сон	8 час., хороший	7 час., беспокойный	
4	Аппетит	хороший	пониженный	
5	Активность	хорошая	удовлетворительная	
6	Желание тренироваться	большое	безразличное	
7	Болевые ощущения	нет	в мышцах передней поверхности бедра	
	ЧСС в минуту:			
8	а) после сна, в положении лёжа	60 уд/мин	60 уд/мин	

9	б) через 1 мин после вставания с постели	70 уд/мин	75 уд/мин	
10	в) разница (ортостатическая проба)	10 уд/мин	15 уд/мин	
11	Масса тела	65,1 кг	64,3 кг	
12	Частота дыхания в покое	16 раз/мин	16 раз/мин	
13	Нарушения режима	Нет	Нет	
14	Двигательная активность	12.500 шагов + тренировка 1,5 час.	8000 шагов	

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции)

Тема занятия: Средства и методы физической культуры в регулировании работоспособности

Формы практических заданий: расчетное практическое задание.

Задания расчетно-графической работы.

ПРОБА ШТАНГЕ и ГЕНЧИ.

Метод исследования функционального состояния дыхательной системы: проба Штанге и проба Генчи.

Цель работы: научиться исследовать функциональное состояние дыхательной системы.

Приборы и оборудование: секундомер.

Ход работы: использовать критерии оценки задержки дыхания на вдохе и выдохе, занести в таблицу 1.

Таблица 1.

Показатель	**Время задержки дыхания, секунды**		
	Испытуемый 1	Испытуемый 2	Испытуемый 3
Проба Штанге			
Проба Генчи			

Критерии оценивания результатов исследования

Проба Штанге		**Проба Генчи**		**Оценка**
Юноши	**Девушки**	**Юноши**	**Девушки**	
90 сек.	80 сек.	45 сек.	35 сек.	Отлично
80-89 сек	70-79 сек.	40-44 сек	30-34 сек.	Хорошо
50-79 сек.	40-69 сек.	30-39 сек.	20-29 сек.	Удовлетворительно
Менее 50 сек.	Менее 40 сек.	Менее 30 сек.	Менее 20 сек.	Неудовлетворительно

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции)

Тема занятия Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями

Формы практических заданий: расчетное практическое задание.

Задания расчетно-графической работы.

ПРОБА С ПРИСЕДАНИЯМИ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНДЕКСА РУФФЬЕ.

Проба с приседаниями показывает реакцию сердечно-сосудистой системы на кратковременную физическую нагрузку.

Индекс Руффье (индекс Ruffier, JR) отражает уровень общей выносливости организма.

Цель работы: научиться оценивать реакцию сердечно-сосудистой системы на дозированную физическую нагрузку и определять уровень общей выносливости.

Приборы и оборудование: секундомер.

Ход работы: Тестирование проводится в группе из трех человек. Один выполняет приседания, другой – осуществляет подсчет приседаний, третий фиксирует показания пульса по секундомеру, полученные показатели занести в таблицу, сравнить полученные данные испытуемых с таблицами, сделать выводы и рекомендации.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции)

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Основы физической культуры и здорового образа жизни Тема 1.1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов	Подготовка реферата

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Тема 1.2. Основы здорового образа жизни	Подготовка реферата
Раздел 2. Основы самостоятельных занятий физическими упражнениями	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Тема 2.1. Средства и методы физической культуры в регулировании работоспособности	Подготовка реферата
Тема 2.2. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Физическая культура, физическое воспитание, физическая подготовленность, двигательная подготовленность.
2. Средства физической культуры, методы физической культуры, компоненты физической культуры.
3. Организм, физиологические функции, физической развитие, физическая работоспособность, гипоксия, умственная работоспособность, утомление, биологические ритмы, внешняя среда**.**
4. Здоровый образ жизни, критерии здоровья, образ жизни, самооценка, адаптация, регенерация, экология, генетика.
5. Тренировка, кровообращение, дыхание, нервная система, обмен веществ и энергии, устойчивость, тренированность.

Перечень тем рефератов:

1. Чем характеризуются понятия: физическая культура, спорт, физическое воспитание, физическое совершенство, физическая рекреация, физическое развитие, физическая подготовка, физическое упражнение;
2. Что отражает понятие «компоненты физической культуры»;
3. Что относится к понятию «массовый спорт» и «спорт высших достижений» и в чем их различие.
4. Чем характеризуется взаимосвязь физической и умственной работоспособности.
5. Биологические ритмы и их влияние на работоспособность.
6. Внешняя среда и ее влияние на здоровье человека.
7. Гипокинезия и гиподинамия как проблемы современного общества.
8. Чем характеризуется здоровый образ жизни.
9. Мотивации к здоровому образу жизни, противодействие алкоголизму, курению.
10. Влияние занятий физической культуры на органы и системы человека.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Труд студента, психофизическая работоспособность, средства физической культуры, методы физической культуры, средство профилактики, средства коррекции.
2. Физические качества, психические качества, интенсивность нагрузок, общая физическая подготовка, специальная физическая подготовка.
3. Аэробика, фитнес, фитбол-аэробика, бодибилдинг, калланетика, дыхательная гимнастика, йога, ритмическая и атлетическая гимнастика.
4. Двигательная активность, мотивация, формы занятий, содержание занятий, гигиена занятий, определение нагрузки, самоконтроль.
5. Составляющие здорового образа жизни. Регулирование работоспособности студента при самостоятельных занятиях физической культуры.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

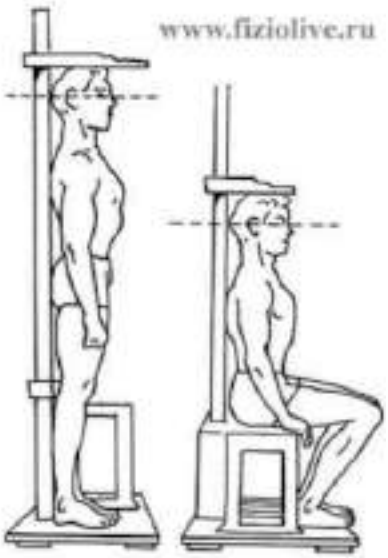
1. Меры профилактики умственного утомления.
2. Меры профилактики физического утомления.
3. Основные причины изменения психофизического состояния студента в период сессии.
4. Физическое развитие, физическое совершенство. Физическая подготовка и двигательная активность человека.
5. Физическая культура как учебная дисциплина высшего профессионального образования и ее задачи.
6. Здоровый образ жизни и факторы его составляющие. Роль физической культуры в формировании здорового образа жизни.
7. Значение физических упражнений для здоровья человека.
8. Гигиенические правила занятий физическими упражнениями.
9. Социальные и биологические факторы, их влияние на физическое развитие человека.
10. Воздействие экологических факторов на организм.
11. Физическая культура как средство борьбы с гиподинамией и гипокинезией.
12. Общая физическая подготовка (ОФП) и специальная физическая подготовка (СФП) студента. Их характеристики.
13. Сила. Средства и методы развития силы.
14. Гибкость. Средства и методы развития гибкости.
15. Ловкость. Средства и методы развития ловкости.
16. Выносливость. Средства и методы развития выносливости.
17. Быстрота. Средства и методы развития быстроты.
18. Дыхательная система и ее функции при занятиях физическими упражнениями.
19. Опорно-двигательный аппарат и его функции при занятиях физическими упражнениями.
20. Сердечно-сосудистая система и ее функции при занятиях физическими упражнениями.
21. Врачебный контроль при занятиях физической культурой, его цель.
22. Критерии физического развития и физической подготовленности.
23. Правила самостоятельных занятий физическими упражнениями.
24. Значение утренней гимнастики.
25. Приемы закаливания.
26. Самоконтроль, основные методы. Дневник самоконтроля спортсмена.
27. Методы профилактики профессиональных заболеваний.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Основы физической культуры и здорового образа жизни.

Тема 1.1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.

- Длину тела измеряют ростомером. Измерение длины тела стоя при помощи ростомера производят следующим образом: исследуемый становится на площадку ростомера спиной к стойке со шкалой и касается ее тремя точками — пятками, ягодицами и межлопаточным пространством. Голова не должна касаться ростомера, а должна быть слегка наклонена вперед, чтобы верхний край наружного слухового прохода и наружный угол глазницы располагались на одной горизонтальной линии. Измеряющий становится сбоку от исследуемого и опускает на его голову планшетку, скользящую по сантиметровой шкале. Отчет проводят по нижнему краю планшетки. Нужно следить, чтобы исследуемый стоял без напряжения; у женщин с высокой прической волосы при измерении должны быть распущены. Измерение длины тела в положении сидя проводят тем же ростомером, имеющим откидную скамеечку, закрепленную на расстоянии 40 см от пола. Измерение проводят следующим образом: исследуемый глубже садится на скамейку спиной к стойке ростомера, касаясь ее крестцом и межлопаточным пространством, бедра должны быть горизонтальны. Если ноги короткие, под них подкладывают деревянные опоры соответствующей высоты. Положение головы такое же, как при измерении роста стоя



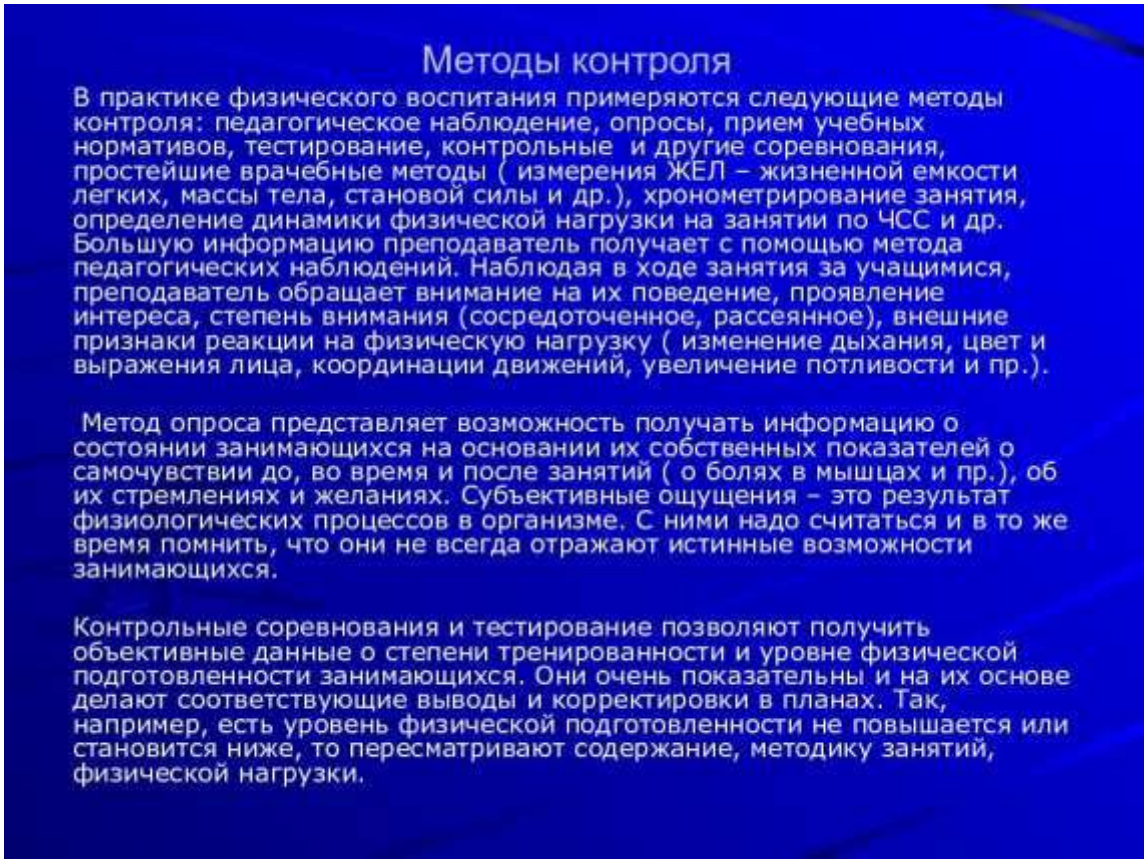
Тема 1.2. Основы здорового образа жизни.

11) Обхват плеча.

Измеряется строго горизонтально, верхний край сантиметровой ленты касается задних углов подмышечных впадин и замыкается перпендикулярно оси плеча.

РАЗДЕЛ 2. Основы самостоятельных занятий физическими упражнениями.

Тема 2.1. Средства и методы физической культуры в регулировании работоспособности.



Тема 2.2. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.

Классификация видов спорта
по структуре движений, преимущественному проявлению двигательных способностей и характеру состязания

1 группа – циклические виды спорта: велосипедный спорт, плавание, гребля, беговые виды легкой атлетики, лыжные гонки

2 группа – силовые и скоростно-силовые виды спорта: пауэрлифтинг, армрестлинг, гиревой спорт, тяжелая атлетика, легкоатлетические прыжки и метания

3 группа – координационные виды спорта: прыжки в воду, синхронное плавание, гимнастика, фристайл, фигурное катание

4 группа – единоборства: бокс, борьба, фехтование

5 группа – спортивные игры: баскетбол, гандбол, волейбол, регби, футбол, водное поло, хоккей с мячом, хоккей с шайбой

6 группа – многоборья: легкоатлетическое десятиборье, лыжное двоеборье, современное пятиборье

Классификация спорта

Спорт подразделяют:

- по уровню подготовленности и спортивного мастерства (большой (высших достижений) и массовый);
- по получению заработной платы и вознаграждения за спортивную деятельность (профессиональный и любительский);
- по месту и среде реализации (студенческий, профессионально-прикладной, юношеский, спорт инвалидов, ветеранский спорт и т.д.).

Базовый спорт является наиболее эффективным средством повышения общей и специальной работоспособности человека, фактором разностороннего развития, укрепления здоровья.

Спортивные секции по видам спорта.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля)предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структу-

ре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и сим-

волов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Легкая атлетика

Тема занятия: Бег на короткие и длинные дистанции

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Легкая атлетика. Освоение беговой техники на учебных занятиях будут начинаться со следующих упражнений:

1) стоя на правой ноге, руки на поясе, выполнять свободные маховые движения левой ноги (затем повторить упражнение, поменяв ноги);

2) принять это же исходное положение, только правой рукой надо поддерживать снизу правую ногу, согнутую в колене и поднятую вперед под прямым углом к туловищу. Отпустить руку, чтобы нога падала вниз, делала захлестывающее движение и по инерции выходила вперед (то же самое проделать, поменяв ноги).

На первых занятиях выполнить эти упражнения по нескольку раз. Научившись правильно работать ногами на месте, переходить к беговым упражнениям. Пробежки на расстоянии 30-40 м, держа руки на поясе и следить за правильным положением тела. Потом, добавлять бег с захлестыванием голеней назад. Выполнять это упражнение, руки держать на поясе, а туловище слегка наклонять вперед.

В промежутках между беговыми упражнениями выполнять движения для рук и плечевого пояса:

1) стоя на месте, руки прямые, туловище слегка наклонять вперед. Согнуть руки в локтевых суставах и делать несколько движений в разном темпе вперед-назад;

2) Бег в легком темпе несколько отрезков 50-100 м, добиться ритмичной работы рук и ног.

Для развития быстроты применять упражнения с большой частотой движений: бег на коротких отрезках с максимальными усилиями, упражнения на ускорение двигательной реакции, бег под уклон, бег с использованием световых или звуковых лидеров, а также некоторые спортивные игры. В метаниях, кроме того, применять облегченные снаряды, обеспечивающие возможность быстрых, взрывных усилий.

Основные средства для повышения общей выносливости у занимающихся будут: длительный бег с умеренной скоростью. А, для развития специальной выносливости будут применяться следующие упражнения:

1. Различные многоскоки.
2. Бег прыжками.
3. Семенящий бег.
4. Бег с высоким подниманием коленей.
5. Пяти - десятикратные прыжки и т. д.

Тема занятия: Прыжки в длину и высоту

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Техника обучения прыжкам в длину и высоту

Упражнения для обучения техники разбега.

Упражнение 1. Равномерное пробегание отрезков 20–25 м с высоким подниманием бедра.

Упражнение 2. То же, с ускорением.

Упражнение 3. Выполнение 7–11 шагов с увеличением темпа движений в конце и попаданием толчковой ногой в зону отталкивания 60х60 см.

Упражнение 4. Пробегание через набивные мячи, меняя расстояние между ними.

Повторение упражнений по мере освоения техники исполнения.

Упражнения для обучения технике отталкивания.

Упражнение 1. Исходное положение – толчковая нога и противоположная ей рука впереди, маховая нога и другая рука сзади. Имитация движений при отталкивании (на месте) с активным выведением бедра маховой ноги вперед – вверх (до уровня таза) и одновременно сменой положения рук.

Упражнение 2. То же, но с отталкиванием вверх.

Упражнение 3. Прыжки в длину с места толчком одной ноги с приземлением на обе ноги. Исходное положение – поставить толчковую ногу вперед примерно на 0,5–1 м от края прыжковой ямы (матов). Маховую ногу отставить назад на полшага. Из этого положения быстро вынести согнутую в колене маховую ногу и противоположную ей руку вперед – вверх и одновременно оттолкнуться другой ногой. Приземление осуществляется на две ноги.

Упражнение 4. То же, но с двух или трёх шагов. Исходное положение – толчковая нога впереди, маховая сзади.

Упражнение 5. Прыжки в «шаге» по кружкам, начерченным на земле (расстояние между кружками до 1,5 м).

Упражнение 6. Прыжки в длину с короткого разбега (с 2–6 беговых шагов) через горизонтальное препятствие (веревочку, планку, резиновую ленту и т. п.) на высоте 20–30 см и на расстоянии 1 – 1,3 м от места отталкивания.

Упражнение 7. Прыжки в длину с разбега с приземлением в «зоны», обозначенные (линиями) в прыжковой яме. Для девушек 190, 230, 260 см, для юношей – 250, 280, 310 см.

Упражнение 8. Прыжки в длину со среднего разбега (с 8–12 беговых шагов).

Повторение упражнений по мере освоения техники исполнения.

Техника прыжка в длину с разбега способом «согнув ноги». Разбег. Отталкивание. Полёт. Приземление. Совершенствование техники прыжка в длину «согну ноги».

Легкий бег 5-7 минут.
Комплекс ОРУ в парах.
СБУ для развития силы.
Обучения технике разбега.
Обучения технике отталкивания.

Комплекс ОРУ в парах

1. И. п. — стоя лицом друг к другу, партнеры наклоняют туловище вперед, руки находятся на плечах партнера. Выполнить глубокие, пружинистые покачивания вперед. Повторить 10—12 раз.
2. И. п. — стоя спиной друг к другу, ноги врозь, руки прямые вверху сплетены с пальцами партнера. Выполнить наклоны туловища в стороны не разрывая рук. Повторить 10—12 раз.
3. И. п. — стоя спиной друг к другу, руки выпрямлены и подняты вверх. На счет 1 — выпад правой ногой вперед прогнуться в пояснице, 2 — вернуться в и. п., на 3 — выпад левой ногой вперед прогнуться в пояснице, 4 — вернуться в и. п. Повторить 10—12 раз.
4. И. п. — правые руки вперед, левые согнуты, хват пальцами. Выполнить поочередное сгибание и разгибание рук с сопротивлением партнера. Повторить 10—12 раз.
5. И. п. — стоя лицом друг к другу, взявшись за руки. Выполнить синхронные приседания. Темп средний. Повторить 10— 12 раз.
6. И. п. — стоя спиной друг к другу, прямые руки в стороны. Выполнить повороты туловища вправо и влево, не отрывая стоп от земли. Амплитуда движений максимальная. Повторить 10—12 раз.
7. И. п. — стоя лицом друг к другу, широкая стойка, ноги врозь. На счет 1 — выпад вправо, 2 — вернуться в и. п., на 3 — выпад влево, 4 — вернуться в и. п. Повторить 10—12 раз.
8. И. п. — стоя спиной друг к другу, руки вверху прямые, взявшись за кисти друг друга. Попеременные наклоны туловища вперед с партнером на спине. Повторить 10—12 раз.
9. И. п. — стоя спиной друг к другу, руки опущены вниз. Выполнить мах правой ногой в сторону вверх, затем левой ногой. Повторить 10—12 раз.
10. И. п. — стоя лицом друг к друг, поднять прямые руки вверх и взяться за кисти партнера. Выполнить повороты туловища влево — вправо не разъединяя рук. Повторить 10—12 раз.
11. И. п. — стоя спиной друг к другу, широкая стойка, ноги врозь, взявшись за руки. На счет 1 выполнить одновременно наклон туловища вперед, на 2 — вернуться в и. п. Повторить 10—12 раз.
12. И. **п.** — стоя лицом друг к другу, правая нога прижата к бедру партнера. Выполнить 10—12 раз подскоков на правой ноге, затем на левой.

Обучение технике прыжка в высоту способом «перешагивание»

Легкий бег 5-7 минут.
Комплекс ОРУ на развитие гибкости.
Обучение технике прыжка в высоту способом «перешагивание»

Комплекс упражнений на развитие гибкости.

1. И. п. — о. с., наклоны туловища вперед до касания ладонями пола. Колени не сгибать. Повторить 15—20 раз.
2. Сидя, раздвинув ноги в стороны, наклоняться поочередно к правой и левой ноге, стараясь коснуться лбом колена. Повторить 15—20 раз.
3. Сед, колени согнуты, ступни прижаты друг к другу. Удерживая руками ступни ног вместе, наклоняться вперед, стараясь при этом коснуться ног лбом. Повторить 10—15 раз.
4. Стоя, максимально развести ноги до легкой боли в паху. Пружинисто покачиваясь, стремиться, постепенно садясь в шпагат. Повторить 2—3 раза на каждую ногу.

5. Встать на колени, затем сесть на пятки. Медленно наклоняясь назад, коснуться лопатками пола. Повторить 10—12 раз.
6. И. п. — сед на пятках. Взяться руками за пятки и, не отрывая их от пола, прогнуться. Повторить 8—10 раз, чередуя с наклоном туловища вперед.
7. И. п. — сед, ноги вместе. Наклон туловища вперед, стараясь достать носки стоп. Повторить 10—12 раз.
8. И. п. — сед, правая нога прямая, левая развернута под углом 90°. Наклон туловища вперед касаясь лбом правого колена. То же самое на другую ногу. Повторить 10—12 раз.
9. И. п. — лежа на животе, руки согнуты в локтях около груди. На счет 1 прогнуться в пояснице вверх руки выпрямить в локтях. На 2 — и. п. Повторить 10—12 раз.
10. И. п. — лежа на спине. На счет 1 — переход в упор лежа сзади на предплечьях. Повторить 10—12 раз.

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (команды, указания, инструкции, беседа, диалог)

Раздел 2. Волейбол

Тема занятия: Индивидуальные технические действия в волейболе

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Волейбол. Прыгучесть – это комплексное проявление силы мышц ног и способности мышц к мгновенному сокращению в игровых видах спорта. Именно поэтому развитию прыгучести в в**олейболе** необходимо уделять особое внимание.

На занятиях со студентами будут использоваться преодолевающие упражнения на силу (различные прыжки в глубину, упражнения с выпрыгиванием с отягощением из приседа и из полу приседа, запрыгивание на предметы, расположенные на различной высоте).

А, также упражнения как преодолевающего, так и уступающего характера. Примерами данных упражнений будут служить: медленное приседание утяжелителем оптимального веса на плечах с последующим медленным или быстрым распрямлением ног или выпрыгиванием, различные упражнения, включающие в себя сопротивление партнера, различные упражнения, включающие сопротивление партнера.

Упражнения для развития специальной выносливости волейболистов.

Упражнение на выносливость волейболистов №1. Многократные прыжки различной высоты как на двух, так и на одной ноге.

Упражнение на выносливость волейболистов №2. Игрок последовательно имитирует нападающий удар и блокирование (удар – один блок, удар – два блока и т. д.), после чего максимально быстро отходит на линию нападения для повторного выполнения упражнения. В упражнении может быть 20-50 прыжков.

Упражнение на выносливость волейболистов №3. Пятнадцатисекундные серии прыжков. В первой серии выполняется наибольшее количество прыжков, во второй – прыжки максимальной высоты и т. д. В 4-5 серии прыжки совершаются без остановок, непрерывно 1-1.5 минуты. Эти же упражнения можно выполнять со скакалкой.

Упражнение на выносливость волейболистов №4. Серийное выполнение бросков на грудь с быстрым перемещением между броском в два-три шага. Количество бросков может колебаться от 5 до 10.

Упражнение на выносливость волейболистов №5. Игрок, располагаясь у сетки, совершает 10 подскоков, после чего имитирует блок либо нападающий удар. Следующая имитация блока или нападающего удара осуществляется после 9 подскоков, затем 8, 7, 6 и т. д.

Упражнение на выносливость волейболистов №6. Эстафеты с различными перемещениями, чередующимися с кувырками вперед и назад.

Примерные упражнения на технику игры в волейболе:

- Нападающий удар: в 2–4 раза.
- Блокирование: в 2–4 раза.
- Подача: в 12–15 раз.
- Передача: с 12–15 раз.

- Прием подач: в 10–12 раз.
- Прием нападающих ударов в 8–10 раз.

Развитие быстроты волейболистов, упражнения на скорость.

При выполнении большинства технических приемов волейболисту требуется скорость. Применение упражнений, направленных на развитие скорости по зрительному сигналу, способствуют не только развитию скорости движений, но и быстроты ответной реакции.

Развитию быстроты перемещения также способствуют рывки на короткие отрезки с резким изменением направления движения и резкими остановками. Развитию скорости переключения в действиях – разнообразные сочетания имитационных упражнений, выполняемые в различной последовательности.

Упражнения для развития специальной гибкости волейболистов: упражнения с помощью и с сопротивлением партнера; гимнастические упражнения, амплитуда которых постепенно увеличивается; повторные пружинящие движения.

Для увеличения амплитуды движения будут использоваться небольшие отягощения, позволяющие сохранить необходимую структуру движений.

Индивидуальные технические действия.

Передача мяча сверху двумя руками, передача мяча с собственного подбрасывания.

Передача мяча сверху двумя руками с набрасывания партнера; в различных направлениях на месте после перемещения.

Передачи мяча в парах, отбивания мяча кулаком через сетку в непосредственной близости от нее из зоны в зону.

Передача мяча в парах, отбивания мяча кулаком через сетку в непосредственной близости от нее стоя спиной в направлении передачи сверху из глубины площадки.

Прием мяча сверху двумя руками: отскочившего от стены, после броска в сторону, после броска через сетку

Прием мяча от нижней и верхней прямой подачи в зону нападения; сверху двумя руками, снизу двумя руками, с подачи в зонах 6, 1, 5 и передача в зоны 3,2; нижняя передача на точность, прием мяча снизу двумя руками с подачи в зонах 6,1,5 и первая передача в зоны 4.3,2.

Подача мяча прямая верхняя и нижняя, верхняя боковая.

Нападающий удар через сетку по ходу из зон 4,3,2; в зонах 4,2 с передачей из глубины площадки

Нападающий удар из зоны 3 с высоких и средних передач; с удаленных от сетки передач.

Тема занятия: Групповые технические действия в волейболе

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Групповые технические действия.

Взаимодействие игроков в передней линии в нападении: взаимодействие игроков в задней линии при приеме мяча с подач, взаимодействие игроков зон 6,5,1 с зоной 3, взаимодействие игрока зоны 3 с игроком зоны 4, игрока зоны 3 с игроком зоны 2 (при второй передаче).

Групповые действия. Взаимодействие игроков при второй передаче зон 6,1,5 с зоной 2 (при приеме от передачи подач).

Прием подачи и первая передача в зону 3, вторая передача игроку, к которому передающий обращен лицом.

Прием подач: первая в зону 3, вторая передача в зоны 4,2 стоя лицом в сторону передач. Система игры со второй передачи и игрока передней линии.

Тактика защиты. Выбор места при приеме подач. Расположение игроков при приеме подачи, когда вторую передачу выполняет игрок зоны 1,3.

Система игры в защите при страховке нападающего игроком задней линии. Взаимодействие игроков зон 2 и 6 при приеме трудных мячей от подач, нападающих ударов, обманных действиях соперников.

Взаимодействия игроков задней линии: игрока зоны 1 с игроком зоны 6, игрока зоны 5 с игроком зоны 6, игрока зоны 6 с игроками зон 5 и 6;

Взаимодействия игроков задней линии: игроков передней линии: игрока зоны 3 с игроками зон 4 и 2, игроков зон 5,1,6 с игроками зон 4,2 при приеме, подаче и передаче (при обманных действиях).

Командные действия. Расположение игроков при приеме мяча от противника «углом вперед» с применением групповых действий. Игра в волейбол.

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, диалог, беседа)

Раздел 3. Баскетбол

Тема занятия: Индивидуальные технические действия в баскетболе

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

БАСКЕТБОЛ. Действия без мяча: передвижения приставными шагами правым и левым боком с чередованием скорости и направлением движения; переход с передвижения правым боком на передвижение левым боком; передвижение в основной стойке, остановка прыжком после ускорения; остановка в шаге; повороты на месте (вперед и назад).

Техника владения мячом. Ловля мяча: одной и двумя руками на уровне груди, двумя руками высокого мяча двумя руками низкого мяча, катящегося мяча (стоя на месте и в движении).

Передачи мяча: двумя руками от груди, двумя руками сверху, одной рукой от плеча. Передачи мяча одной рукой от плеча, одной рукой сверху, одной рукой снизу. Передачи мяча изученными способами при встречном движении и при поступательном.

Броски мяча двумя руками от груди, двумя руками сверху, броски мяча одной рукой сверху в движении после двух шагов, движение одной рукой в прыжке после ловли мяча: в прыжке со средней и дальней дистанции, с места одной рукой, сверху и с дальней дистанции; штрафной бросок.

Ведение мяча: на месте и в движении с высоким и низким отскоком; с изменением направления и скорости движения, высоты отскока мяча от пола. Обводка противника без зрительного контроля. Ведение с асинхронным ритмом движений руки с мячом и ног.

Обманные действия: финт на рывок, финт на бросок, финт на проход.

Техника защиты. Техника передвижений; стойка защитника с выставленной вперед ногой. Стойка со ступнями, но одной линии. Сочетания способов передвижения с техническими приемами игры в защите. Индивидуальные действия в защите (перехваты мяча; борьба за мяч, не попавший в корзину).

Спортивные игры: баскетбол по упрощенным и основным правилам.

Подвижные игры с использованием элементов техники игры.

Тема занятия: Групповые технические действия в баскетболе

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Групповые действия. Взаимодействие двух игроков - подстраховка, отступание, проскальзывание. Взаимодействие двух игроков «передай мяч и выходи», трех игроков «треугольник». Методика обучения.

Групповые действия в защите - основа эффективной игры в защите. К групповым взаимодействиям при численном равенстве противника относим: переключения, проскальзывание, подстраховку, организацию борьбы за отскок и групповой отбор мяча.

Переключение. Это обмен подопечными игроками, когда одному из защитников затруднены условия опеки или не удалось удержать своего соперника. Чаще всего это встречается при успешном применении заслона. Защитник, опекающего игрока, ставящего заслон и определивший, что его партнер не может следовать за своим подопечным, переключается на него, оставляя своего нападающего партнеру, которого предупреждает об этом. Переключения используем и когда защитники расположены на более значительных расстояниях друг от друга. Так если при опеке по всей площадке нападающий без мяча убежал от своего подопечного или опередил его с ведением, на его опеку немедленно переключается ближайший защитник.

Проскальзывание. Его применяем в тех случаях, когда нецелесообразно переключаться, так как создались неблагоприятные условия при единоборстве и чаще всего- при встречных и скрестных передвижениях. Выполняя проскальзывание, защитник, опекающий менее опасного в данной ситуации нападающего, несколько отступает от своего подопечного и пропускает вперед своего партнера, который по кратчайшему пути продолжает следовать за своим игроком. При выполнении проскальзывания во время опеки нападающих без мяча пропускают того защитника, подопечный которого делает более опасный

выход. При опеке нападающих, действующих с мячом, проскальзывает защитник, опекающий игрока с мячом.

Подстраховка. Это действия одного или нескольких игроков, Помогающих партнеру опекать противника. Наиболее часто встречается подстраховка игроков под щитом. Ее может обеспечивать защитник, противодействующий нападающему, не владеющему точным броском, располагаясь перед центровым игроком со стороны своего подопечного. Подстраховку центрового могут выполнять поочередно все игроки, подопечные которых в данный момент располагаются ближе к центровому. Подстраховку применяем против технически сильных игроков.

Взаимодействия при борьбе за отскок мяча от щита. Цель их - не пропустить нападающих в наиболее вероятную зону отскока. Для этого три партнера образуют "треугольник отскока" основание которого образуют два игрока, занявшие позиции справа и слева от щита, а вершину - игрок, вышедший в область штрафного броска. Как только мяч направлен в корзину, ближайшие к щиту защитники выходят на указанные позиции, стараясь оставить нападающих за спиной и своими действиями активно мешать им занять выгодные позиции для ловли мяча. После того как создано территориальное преимущество, главным становится овладение мячом в возможно более высокой точке. Защитники, расположившиеся в дали от щита, участвуют в борьбе за мяч при дальних отскоках. Смещаясь к щиту для овладения мячом, они внимательно следят за своими подопечными отсекая их выходы вперед.

Групповой отбор мяча. Эти взаимодействия требуют решительности, высокой маневренности и техничности в отборе мяча. Наилучшие возможности представляются при встречных и скрестных передвижениях и при защитных действиях по зонному принципу. В первых двух случаях, как только сближаются два нападающих, защитник, опекавший игрока без мяча, активно подключается к атаке владеющего им; в третьем партнеру в зоне которого находится игрок с мячом, помогают атаковать его защитники ближайших зон.

Действия при численном неравенстве защитников. Осуществляют их при меньшинстве и превосходстве над нападающими. Используя в ходе отступления к защищаемой корзине и непосредственно вблизи щита. В первом случае главная задача не атаковать игрока с мячом, а располагаться между нападающими и меняя позиции в зависимости от положения мяча, сдерживать их передвижение и остановить, пропустив к корзине.

Действуя у щита, ближайший нападающий с мячом защитник атакует его, стараясь не дать выполнить бросок в корзину или осуществить точную передачу. Другие партнеры располагаются между оставшимися нападающими, занимая позиции, затрудняющие тем ловлю мяча и создающие возможность своевременного переключения на игрока, получившего мяч. Самое целесообразное расположение двух защитников против трех нападающих- друг за другом, трех против четырех - в форме треугольника.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, команды, диалог, беседа)

Раздел 4. Стрельба

Тема занятия: Изучение техники стрельбы из пневматической винтовки

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Тренировка в стрельбе по мишени из положения сидя за столом с опорой на локоть. Совершенствование техники и навыков стрельбы.

Инструкторская практика:

Выполнение обязанностей инструктора, помощь в исправлении замеченных ошибок в выполнении элементов выстрела.

Тренировка в стрельбе по мишени из положения сидя за столом с опорой на локоть. Совершенствование техники и навыков стрельбы.

Инструкторская практика:

Выполнение обязанностей инструктора, помощь в исправлении замеченных ошибок в выполнении элементов выстрела.

Основные элементы техники выполнения выстрела: изготовка для стрельбы стоя, прицеливание, управление спуском, дыхание.

Внутренний контроль, за статической работой мышц, удерживающих систему «стрелок-оружие».

Отработка технологии производства выстрела. Доклады о получении боеприпасов, заряжание, изготовка к стрельбе, прицеливание, производство выстрела, доклад о завершении стрельбы.
Освоение изготовки и выработка устойчивости для стрельбы «стоя», (укороченные дистанции, выстрелы без патрона и с патроном).

Стрельба по мишени из положения стоя с опорой и без опоры

Освоение изготовки и выработка устойчивости для стрельбы «стоя», (укороченные дистанции, выстрелы без патрона и с патроном).

Стрельба по мишени из положения стоя без опоры

Координирование работ по удержанию системы «стрелок-оружие», прицеливанию и выжиму спуска («параллельность работ»).
Тренировка строго определенных групп мышц, повышение специальной выносливости к длительной статической работе. Устранение недостатков физического развития.

Тренировка в стрельбе по мишени из положения стоя.

Совершенствование техники и навыков стрельбы из пневматической винтовки.
Проверка понимания сути явлений, уточнения и добавления:
- «колебания», «устойчивость», «район колебаний»;
- «ожидание выстрела», «встреча выстрела»;
- «ожиданно-неожиданный выстрел»;
- «сохранение рабочего состояния во время и после выстрела»;
- координирование удержания позы-изготовки,
- прицеливание и нажим на спусковой крючок.

Тема занятия: Изучение техники стрельбы из пневматической винтовки

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Совершенствование техники и навыков стрельбы из пневматической винтовки.

Тренировка в стрельбе по мишени из положения стоя.
Тренировка строго определенных групп мышц, повышение специальной выносливости к длительной статической работе. Устранение недостатков физического развития.
Тренировка в стрельбе по мишени из положения стоя. Совершенствование техники и навыков стрельбы.
Тренировка строго определенных групп мышц, повышение специальной выносливости к длительной статической работе. Устранение недостатков физического развития.
Судейская практика:
Шифровка мишеней, работа в качестве показчика и контролера.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, диалог, групповой метод)

Раздел 5. Шахматы

Тема занятия: Изучение правил игры в шахматы

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза, сдача реферата.

Перечень тем рефератов:

1. История шахмат: происхождение и развитие игры.
2. Психология шахмат: как игра влияет на развитие умственных способностей.
3. Шахматы в образовании: как использование шахмат в учебном процессе помогает развивать логическое мышление.
4. Шахматы как спорт: особенности тренировок и соревнований.
5. Шахматы и компьютерные программы: как искусственный интеллект изменил игру.
6. Шахматы и культура: влияние шахмат на литературу, кино и другие искусства.
7. Шахматы и стратегическое мышление: как игра помогает развивать стратегическое мышление и принятие решений.

8. Шахматы и социальные навыки: как игра помогает развивать коммуникативные навыки и учиться работать в команде.

9. Шахматы как хобби: как игра может стать увлекательным хобби для всех возрастов.

10. Шахматы и здоровье: влияние игры на психическое и физическое здоровье человека.

Тема занятия: Разучивание ходов и партий
Формы практических заданий: доклад.

Вопросы к обсуждению:

1. Викторина «Истоки шахмат».
2. Поля, горизонталь, вертикаль, диагональ, центр в шахматах.
3. Ходы шахматных фигур. Шах, мат, пат. Начальное положение.
4. Игровая практика (игра всеми фигурами из начального положения)
5. Обозначение шахматных фигур и терминов.
6. Запись начального положения. Краткая и полная шахматная нотация.
7. Запись шахматной партии. Игровая практика (с записью шахматной партии или фрагмента шахматной партии).
8. Ценность фигур. Сравнительная сила фигур.
9. Анализ и доигрывание партий великих шахматистов, игра с компьютером.
10. Дидактические задания “Шах или не шах”, “Дай шах”, “Пять шахов”, “Защита от шаха”.

Ша́хматы — настольная логическая игра со специальными фигурами на 64-клеточной доске для двух соперников, сочетающая в себе элементы искусства. На учебных занятиях предусмотрены следующие практические задания: В шахматной партии принимает участие 6 видов фигур. Это:

1. Король
2. Ферзь
3. Ладья
4. Слон
5. Конь
6. Пешка

В каждой партии по одному королю и ферзю, по две ладьи, два слона, два коня и по восемь пешек. У каждой стороны по 16 фигур в начале игры. Всего на доске 32 фигуры, то есть в начале партии занято ровно 50% всей доски.

Начальная позиция выглядит так:

Король и ферзь располагаются вместе (их часто путают местами). Здесь важно запомнить 1 правило: в начальной позиции ферзь стоит на поле своего цвета. То есть белый ферзь в начальной позиции стоит на белой клетке, а черный ферзь на черной. Очень важно запомнить, что, когда одна фигура сбивает другую, она становится на клетку сбитой фигуры.

В процессе освоения шахматных фигур планируется постепенное их изучение студентами. А также освоение шахматным королем соперника «мат». Мат в шахматах – это нападение на короля, от которого нет защиты. Упражнение: две позиции, черному и белому королю объявлен мат. В первой позиции победили белые, во второй – чёрные.

В первой позиции белая ладья напала на черного короля. При этом королю помешали собственные пешки убежать на 7-й ряд. Во второй позиции черная ладья напала на белого короля. При этом вторая ладья не позволила королю пойти на 2-ю горизонталь. Такой мат принято называть "линейным".

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, опрос)

Раздел 6. Лыжная подготовка

Тема занятия: Изучение техники передвижения попеременного двухшажного хода

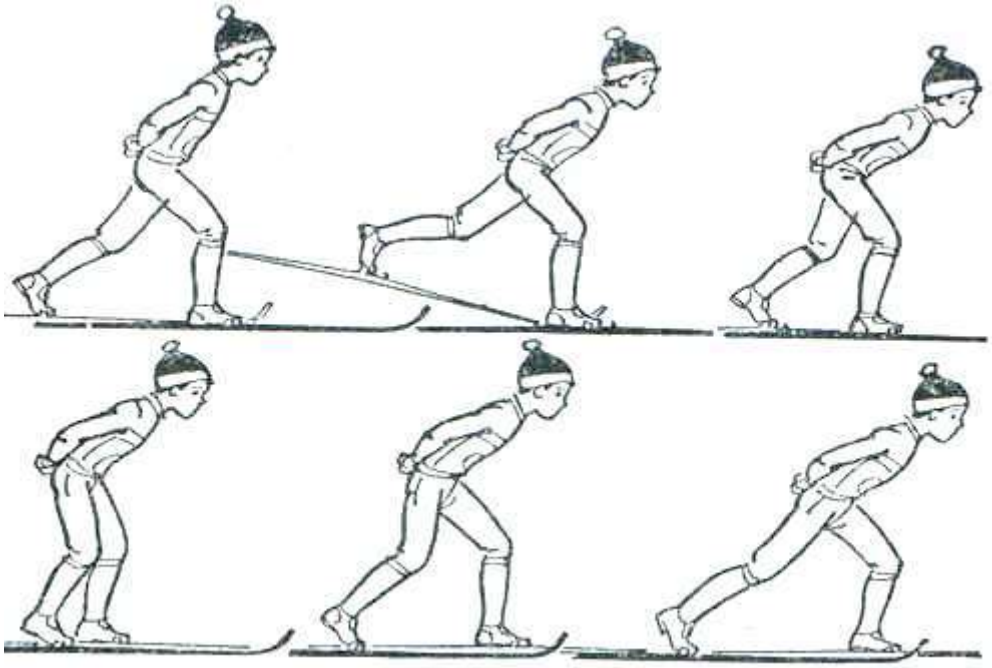
Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза, прохождение дистанции.

Основными средствами на учебных занятиях по лыжному спорту будут являться: передвижение на лыжах и специально подготовленные упражнения. Специально подготовленные упражнения способствуют повышению уровня развития специфических качеств лыжника и совершенствованию элементов техники избранного вида лыжного спорта. К ним относятся разнообразные имитационные упражнения:

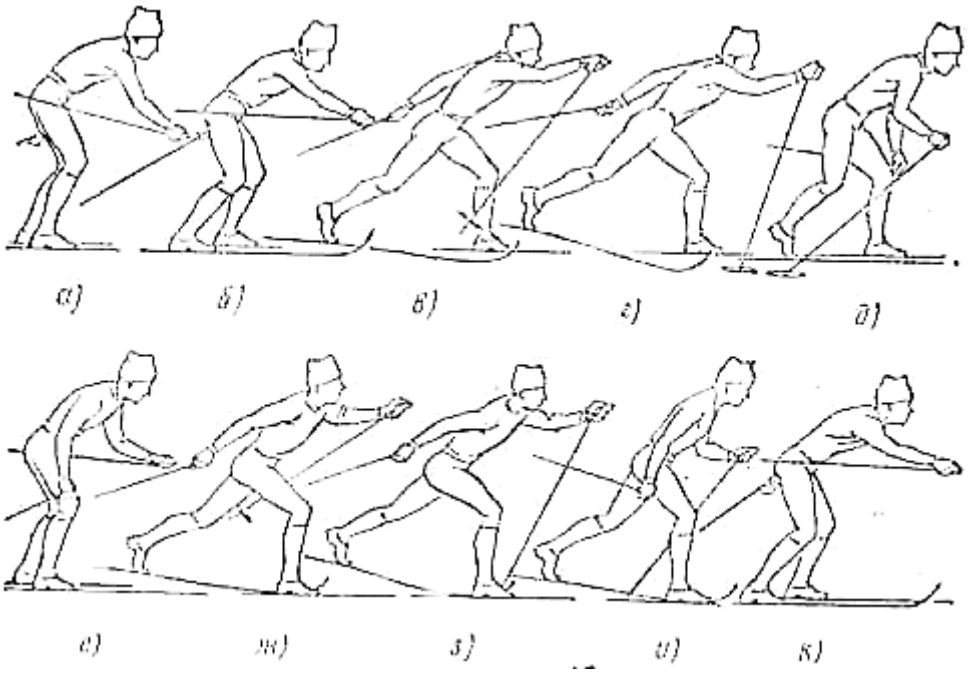
- И. п. — стоя на лыжах ноги на ширине плеч, круговые вращения руками в плечевом суставе вперед и назад на 4 счета.
- И. п. — стоя на лыжах ноги на ширине плеч, руки за голову в замок. Повороты туловища в левую и в правую сторону на 4 счета.
- И. п. — стоя на лыжах – ноги на ширине плеч. Перенести вес тела с правой на левую лыжу, затем переступание с правой на левую лыжу. Палками стараться не помогать.
- И. п. — стоя на лыжах – ноги на ширине плеч. Неглубокие приседания, ноги выпрямляться в коленях полностью. Палки назад лапками вверх.
- И. п. — стоя на лыжах – ноги на ширине плеч. Поочередное поднимание носков и пяток лыж при небольшом сгибании ног в колене с опорой на палки.
- И. п. — стоя на лыжах – ноги на ширине плеч. Дополнительное упражнение на равновесие. Небольшие прыжки с ноги на ногу. Палки на весу лапками назад.
- И. п. — стоя на лыжах – ноги на ширине плеч. Махи слегка согнутой ногой вперед-назад с опорой и без на палки.

1.

Скользящий шаг без палок в движении



- **Имитация переменного двушажного хода.**



Ходьба и бег на лыжах

Занятия можно проводить как на стадионах так и в парках. Выезд или выход на занятия за пределы учебного корпуса должен осуществляться группами не более 20 человек.

Тема занятия: Изучение техники передвижения одновременного бесшажного хода

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза, прохождение дистанции.

Одновременный бесшажный ход (рисунок) применяется при движении по равнине и на пологих спусках по накатанной лыжне с хорошей опорой для палок.

Цикл хода состоит из свободного скольжения на двух лыжах и одновременного отталкивания руками. В структуре этого хода выделяют две фазы: скольжение без отталкивания руками и скольжение с отталкиванием руками.

Фазовая структура одновременного бесшажного хода.

Моменты фаз:

I – Непрерывное скольжение на двух лыжах, скольжение без отталкивания руками.

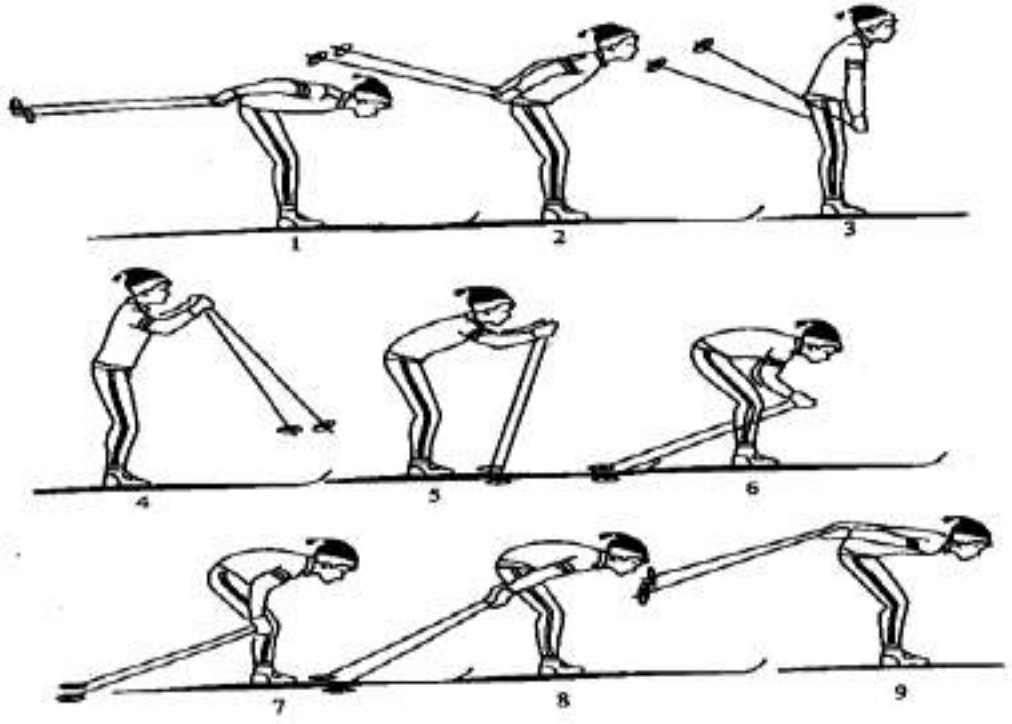
II - Непрерывное скольжение на двух лыжах. Отрыв палок от снега скольжение на двух лыжах.

III – скольжение с отталкиванием руками. Постановка палок на снег.

Техника одновременного бесшажного хода довольно проста.

Обучение проводится целостным методом.

Катание на лыжах. Тренировка изучаемого лыжного хода. Осваивание лыжной трасы, развитие скоростных и силовых качеств. Соблюдение дистанции, обгон участников.



Показать сбоку, используя различную скорость передвижения.

Продолжение обучения.Последовательность обучения одновременному бесшажному ходу.

Задача 1. Создать представление о технике одновременного
бесшажного хода

1. Краткий рассказ о ходе Рассказ не более 5 мин.
2. Показ одновременного бесшажного хода.

Показать сбоку, используя различную скорость передвижения.

3. Объяснение техники исполнения Объяснение техники исполнения хода давать в сочетании с показом, обращая внимание на медленное выпрямление туловища при прокате, вынос рук вперед и постановку палок на снег.
4. Опробование – прохождение занимающимися учебной площадки одновременным бесшажным ходом Наблюдать за выполнением движений. Выявить общие ошибки, характерные для всех занимающихся.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, диалог, групповой метод)

Раздел 7. Плавание.

Тема занятия: Техника безопасности на занятиях плаванием. Ознакомление с техникой плавания в зале, на воде ОФП.

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза, прохождение дистанции.

Плавание способствует оздоровлению, физическому развитию и закаливанию организма. Купание, плавание, игры и развлечение на воде – один из самых полезных видов физических упражнений, они способствуют оздоровлению, укрепляют нервную систему человека. На учебных занятиях предусмотрены следующие виды упражнений:

Подготовительные упражнения для освоения с водой состоят из семи групп упражнений и будет изучаться в такой последовательности 1) Элементарные движения руками и ногами в воде, и передвижения; 2) Погружения. 3) Всплывания и лежания. 4) Упражнения на дыхание. 5) Прыжки и спады в воду. 6) Скольжения. 7) Опорные упражнения. Элементарные движения рук и ног.

- Упражнения для освоения техники плавания на суше.

Комплекс общеразвивающих упражнений

Упражнения для рук и плечевого пояса:

1. Движения руками, как при плавании кролем на груди.
2. Движения руками, как при плавании брассом.
3. Круговые вращения прямыми руками — 10 раз вперед, 10 раза назад, постепенно увеличивая амплитуду.
4. Круговые вращения кистями, сжатыми в кулак, в одну и другую сторону, обеими кистями одновременно и попеременно из положения руки в стороны или вперед.
5. Рывки руками назад.
6. Движения руками, как при плавании кролем на спине.

Упражнения для мышц туловищ:

1. Наклоны, доставая руками пол.
2. Наклоны, доставая пол локтями.
3. Повороты туловища, доставая руками носки ног.
4. Круговые движения тазом.
5. Три пружинистых наклона в одну и в другую сторону.

Упражнения для мышц ног:

1. Сидя на полу в упоре руками сзади (плечи отклонены назад), ноги выпрямлены в коленях, носки оттянуты. Имитация движений ногами кролем.
2. Приседания.
3. Сидя на полу на пятках (носки оттянуты). Наклониться назад как можно ниже; вернуться в и.п., опираясь руками о пол.
4. Полу присед, кисти упираются о колени.Вращение коленей вправо и влево.
5.В положении стоя боком к опоре согнуть одну ногу вколенном суставе и, захватив стопу с внутренней стороны, подтянуть голень и пятку к ягодице. Отпустить ногу и выполнить еюдвижениебрассом.
6. В положении лежа на груди движения ногами, как приплавании брассом.
7. Сидя на полу, упор руками сзади. Движения ногами,как при плавании брассом: медленно подтянуть ноги, разворачивая колени в стороны и волоча стопы по полу; развернуть носки встороны; выполнить толчок, соединить ноги и вытянуть их на полу. Сделать паузу, медленно и мягко подтянуть ноги к себе.
8. Руки на поясе — выпад правой ногой, три пружинистых покачивания, то же, выпад левой ногой.
9. То же, но смена ног прыжком.
10.То же, но выпад ногой в сторону.
11. Руки выставлены вперед — поочередные махи ногами вперед, доставая носками руки.
12. Руки в стороны — поочередные махи ногами в стороны, доставая носками руки.

- Обучение техники плавания «Кроль на груди». Первые движения ногами необходимо выполнять, держась руками за какую-нибудь неподвижную опору. Такой опорой может быть поручень или край бортика бассейна. Движение ног с приподнятой головой сменяется упражнением на задержанном вдохе при опущенном в воду лице и выпрямленных руках. Затем выполняется упражнение в согласовании с дыханием, при котором поворот головы для вдоха делается вначале в сторону прижатой правой руки, а затем — в сторону прижатой левой руки.
- После этого изучение движений ног с подвижной опорой, которой могут служить любые плавающие средства, способные поддерживать руки у поверхности воды и дающие возможность держать поднятую над водой голову (плавательная доска). Наиболее простое упражнение, при котором обучающийся держит плавательную доску за ближний к ней край с вытянутыми руками. Вначале выполняется движения с поднятой головой и произвольным дыханием. Освоив структуру движений и добившись удовлетворительного продвижения, выполнение этого же упражнение, но с опущенной в воду головой на задержанном вдохе.
- Упражнение одна рука вытянута, другая – прижата, тело на воде грудью вниз, работа ног в полной координации, Упражнение две руки прижаты к телу, работа ног в полной координации, попеременные гребки рук с доской, работа ног в полной координации.

Упражнения на суше.

1. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-2 наклон головы вперед, 3-4 наклон головы назад.
2. Исходное положение – руки к плечам, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 интенсивное вращение рук вперёд, 5-8 интенсивное вращение рук назад.

3. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 вращение в тазобедренном суставе по часовой стрелке, 5-8 вращение в тазобедренном суставе против часовой стрелки.
4. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 пружинистые наклоны корпуса в правую сторону, 5-8 пружинистые наклоны корпуса в левую сторону.
5. Исходное положение – руки на пояс, ноги как можно шире. Счет 1-2 пружинистые наклоны корпуса к правой ноге, руки тянуться к стопе, 3-4 пружинистые наклоны корпуса к средине. 5-6 пружинистые наклоны корпуса к левой ноге, руки тянуться к стопе. 7-8 исходное положение.
6. Исходное положение – полуприсед, ладони на коленных суставах. Счет 1-4 вращение в коленных суставах по часовой стрелке, 5-8 вращение в коленных суставах против часовой стрелки.
7. Исходное положение – руки на пояс. Счет 1-8 вращение голеностопным суставом (правой ноги) по часовой стрелке. 1-8 вращение голеностопным суставом (левой ноги) по часовой стрелке
8. Движения руками, как при плавании кролем на спине.
9. Сидя на полу в упоре руками сзади (плечи отклонены назад), ноги выпрямлены в коленях, носки оттянуты. Имитация движений ногами кролем.
10. Сидя на полу, упор руками сзади. Движения ногами,как при плавании брассом: медленно подтянуть ноги, разворачивая колени в стороны и волоча стопы по полу; развернуть носки встороны; выполнить толчок, соединить ноги и вытянуть их на полу. Сделать паузу, медленно и мягко подтянуть ноги к себе.
2. Упражнения в воде:
3. Сделать вдох, задержать дыхание и погрузиться в воду, опустив лицо до уровня глаз.
4. Сделать вдох, задержать дыхание и медленно погрузиться с головой в воду.
5. То же, держась за бортик бассейна.
6. Сделать вдох, задержать дыхание и, погрузившись в воду, попытаться сесть на дно.
7. Подныривания под разграничительную дорожку (резиновый круг, доску) при передвижении по дну бассейна.
8. Погрузившись в воду с головой, открыть глаза и сосчитать количество облицовочных плиток до дна бассейна.
9. Погрузившись в воду с головой, открыть глаза и найти игрушку (кольцо), брошенную на дно бассейна.
10. Взявшись прямыми руками за бортик, сделать вдох и, опустив лицо в воду (подбородок прижат к груди), лечь на воду, приподняв таз и ноги к поверхности воды.
11. Тоже, что и предыдущее упражнение, но после того, как ноги и таз приподнялись к поверхности воды, оттолкнуться кистями от бортика.
12. «Поплавок». Сделать полный вдох, задержать дыхание и, медленно погрузившись в воду, принять положение плотной группировки (подбородок упирается в согнутые колени). В этом положении, сосчитав до десяти, всплыть на поверхность.
13. «Медуза». Выполнив упражнение «поплавок», расслабить руки и ноги.
14. «Звездочка». Из положения «поплавок» развести ноги и руки в стороны (или, сделав вдох и опустив лицо в воду, лечь на воду; руки и ноги в стороны).
15. Упражнение в парах «водолазы». Погрузившись в воду, открыть глаза и сосчитать количество пальцев на руке партнера, поднесенных к лицу.
16. Упражнение в парах. Стоя лицом друг к другу, сделать вдох, погрузиться в воду и поднырнуть между широко расставленными ногами партнера. Всплывания и лежания на воде.

- Дыхательная выносливость. Это упражнение называется “лесенка”. Плыть следующим образом:

- один бассейн 25 метров – дышим на каждый второй гребок,
- затем – на каждый третий,
- затем, соответственно – на каждый четвертый и пятый.
- затем снова на четвертый, третий и второй.

Далее отдышаться и повторить это задание.

- Плавание кроль на груди в полной координации рук и ног 100 м.

Упражнения в воде. 2. Держась согнутыми локтями рук за край бортика бассейна, лежа на спине в воде, прижать подбородок к груди, выполнять движения ног кролем на спине. 3. Плавание при помощи движений ног, одна рука у бедра, другая за головой; руки у бедер; руки за головой. 4. Проплывание небольших отрезков кролем на спине с движениями неподвижных рук вверх, ноги в полной координации;

с проносом «стороной» гребок одной рукой под водой, и обычным проносом другой руки, в полной координации с движением ног; с одновременным движением рук (одна рука делает гребок над водой + гребок под водой, «пронос руки» до вытянутой второй руки, далее, вторая рука выполняет такое же упражнение; плавание с акцентом усилий на движения рук, на движения ног.

- Плавание кроль на спине в полной координации рук и ног 100 м.

Тема занятия: Изучение техники плавания способами кроль на груди, брасс, кроль на спине на суше. Упражнения на освоение с водой

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза, прохождение дистанции.

Упражнения на суше.

1. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-2 наклон головы вперед, 3-4 наклон головы назад.
2. Исходное положение – руки к плечам, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 интенсивное вращение рук вперёд, 5-8 интенсивное вращение рук назад.
3. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 вращение в тазобедренном суставе по часовой стрелке, 5-8 вращение в тазобедренном суставе против часовой стрелки.
4. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 пружинистые наклоны корпуса в правую сторону, 5-8 пружинистые наклоны корпуса в левую сторону.
5. Исходное положение – руки на пояс, ноги как можно шире. Счет 1-2 пружинистые наклоны корпуса к правой ноге, руки тянуться к стопе, 3-4 пружинистые наклоны корпуса к средине. 5-6 пружинистые наклоны корпуса к левой ноге, руки тянуться к стопе. 7-8 исходное положение.
6. Исходное положение – полуприсед, ладони на коленных суставах. Счет 1-4 вращение в коленных суставах по часовой стрелке, 5-8 вращение в коленных суставах против часовой стрелки.
7. Исходное положение – руки на пояс. Счет 1-8 вращение голеностопным суставом (правой ноги) по часовой стрелке. 1-8 вращение голеностопным суставом (левой ноги) по часовой стрелке
8. Движения руками, как при плавании кролем на спине.
9. Сидя на полу в упоре руками сзади (плечи отклонены назад), ноги выпрямлены в коленях, носки оттянуты. Имитация движений ногами кролем.
10. Сидя на полу, упор руками сзади. Движения ногами,как при плавании брассом: медленно подтянуть ноги, разворачивая колени в стороны и волоча стопы по полу; развернуть носки встороны; выполнить толчок, соединить ноги и вытянуть их на полу. Сделать паузу, медленно и мягко подтянуть ноги к себе.
11. Стоя на полу, ноги на ширине плеч, наклон вперед правая рука впереди, левая прижата к корпусу имитация поворота головы и корпуса на вдох в левую сторону.
12. То же в правую сторону.
13. Стоя на полу, ноги на ширине плеч, наклон вперед, обе руки впереди. Имитация гребка правой рукой как в кроле на груди с поворотом головы на вдох.
14. То же левой рукой.
15. Стоя на полу имитация работы рук как в кроле на спине.
16. Стоя на полу, ноги на ширине плеч, наклон вперед, обе руки впереди имитация гребка руками как в брассе.
17. То же с имитацией вдоха и гребка руками.
18. Лежа на полу, имитация движений ног брассом.

Упражнения в воде.

1. Держась руками за бортик бассейна, поднять ноги на поверхность воды (лечь на воду). Выдыхая воздух через нос и рот работать ногами как в кроле на груди.
2. Стоя у бортика бассейна лицом в сторону воды, держась прямыми руками за бортик лечь на спину, работать ногами как в кроле на спине.
3. Плавание при помощи движений ногами кролем на груди с поднятой головой, держа доску в вытянутых руках.
4. То же с опущенной головой в воду делая вдох на 6 ударов ног.
5. То же, держа доску в одной вытянутой руке. Сначала правой рукой держать доску перед собой, левая вдоль туловища; затем по менять положение рук.

6. Плавание при помощи движений ногами, держа доску одной рукой, другая вдоль туловища; лицо опущено в воду. Вдох выполняется во время поворота головы в сторону руки, вытянутой вдоль туловища; выдох — после поворота головы лицом в воду. То же, поменяв положение рук.
7. Лежа на спине с доской (живот прижать к доске), работать ногами способом кроль на спине.
8. Сделать 10 вдохов и выдохов в воду.

Контроль навыков плавания способом кроль на спине, кроль на груди, навыков ныряния под водой.

Упражнения на суше.

1. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-2 наклон головы вперед, 3-4 наклон головы назад.
2. Исходное положение – руки к плечам, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 интенсивное вращение рук вперёд, 5-8 интенсивное вращение рук назад.
3. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 вращение в тазобедренном суставе по часовой стрелке, 5-8 вращение в тазобедренном суставе против часовой стрелки.
4. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 пружинистые наклоны корпуса в правую сторону, 5-8 пружинистые наклоны корпуса в левую сторону.
5. Исходное положение – руки на пояс, ноги как можно шире. Счет 1-2 пружинистые наклоны корпуса к правой ноге, руки тянуться к стопе, 3-4 пружинистые наклоны корпуса к средине. 5-6 пружинистые наклоны корпуса к левой ноге, руки тянуться к стопе. 7-8 исходное положение.
6. Исходное положение – полуприсед, ладони на коленных суставах. Счет 1-4 вращение в коленных суставах по часовой стрелке, 5-8 вращение в коленных суставах против часовой стрелки.
7. Исходное положение – руки на пояс. Счет 1-8 вращение голеностопным суставом (правой ноги) по часовой стрелке. 1-8 вращение голеностопным суставом (левой ноги) по часовой стрелке.
8. Стоя в наклоне вперед, ноги на ширине плеч, одна рука вытянута вперед, другая у бедра. Движения руками, как при плавании кролем на груди.
9. Стоя, ноги на ширине плеч движения рук как при плавании кроль на спине.

В воде.

1. Плавание при помощи движений ногами кролем на груди с поднятой головой, держа доску в вытянутых руках.
2. Плавание при помощи работы ног кролем на спине, обе руки вытянуты за головой, попеременно гребок правой и левой рукой через 6 ударов ногами.
3. Плавание на спине в полной координации.
4. Плавание кролем на груди при помощи движений одной рукой, держа в другой руке доску.
5. То же, поменяв положение рук.
6. Проплыть 10-12 метров под водой, поднять предмет со дна бассейна.

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, команды)

Раздел 8. Общая физическая подготовка

Тема занятия: Развитие скоростных и силовых способностей

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Выполнение строевых команд на месте и в движении; передвижения строевым шагом. Повороты направо, налево, кругом; строевые команды.

Упражнения, выполняемые группой; в парах, индивидуально, ОФП с использованием предметов (набивные мячи, гимнастические палки, скакалки. гантели и др.), О.П.У. у гимнастической стенки, с использованием гимнастических скамеек и других гимнастических снарядов.

Развитие скоростных и силовых способностей.

1 комплекс.

1.Техника безопасности при занятиях *общей физической подготовки.*

2.Выполнение строевых команд на месте и в движении; передвижения строевым шагом. Повороты направо, налево, кругом; строевые команды.
3.Равномерный медленный бег (5 мин.).
4.Выполнение комплекса общеразвивающих упражнений.
5.Выполнение комплекса специальных беговых упражнений 2×30 м. Для развития частоты движений: (скорость 100 % от максимума) «семенящий» бег: (30–40 м.); для комплексного развития быстроты: бег на отрезках 50–80 м., скорость 80 – 95% от максимума, количество повторов 3–4, отдых 3–5 мин. То же с вариацией затруднения и облегчения бега.
6.Общая подготовка силовой направленности, комплексы упражнений для начинающих.
7. Упражнения на растягивание.

2 комплекс.
1.Выполнение строевых команд на месте и в движении; передвижения строевым шагом. Повороты направо, налево, кругом; строевые команды.
2.Равномерный медленный бег (5 мин.).
3.Выполнение комплекса общеразвивающих упражнений.
4.Выполнение комплекса специальных беговых упражнений 2×30 м.
5.Выполнение упражнений на развитие скоростно-силовых способностей (использование непредельных отягощений с максимальной скоростью от 20 до 60%).
6.Выполнение упражнений на развитие собственно силовых способностей (использование непредельных отягощений с предельным числом повторений).
7.Выполнение комплекса упражнений силовой направленности с использованием различного оборудования (гантели, штанги, бодибары, медболы, амортизаторы, тренажеры).

Тема занятия: Развитие выносливости и координационных способностей
Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

1.Техника безопасности при занятиях **общей физической подготовки.**
2.Выполнение строевых команд на месте и в движении; передвижения строевым шагом. Повороты направо, налево, кругом; строевые команды.
3.Выполнение комплекса общеразвивающих упражнений.

Комплексы упражнений для начинающих.
Кроссовый бег в равномерном медленном темпе (2×5 мин.).
Выполнение комплекса специальных беговых упражнений 2×30 м.
Подвижные игры.
Эстафеты на развитие координационных способностей
Упражнения для развития общей выносливости. Оптимизация физической работоспособности студента.
Выполнение физических упражнений без зрительного контроля (с закрытыми глазами), в усложненных условиях, с изменением пространственных границ.
Переменный бег на отрезках 500 м в среднем темпе, чередуя с отрезками 100 м в медленном темпе (4 повторения).
Выполнение комплекса общеразвивающих упражнений с применением дополнительного инвентаря (мячи, гимнастические палки, обручи).
Выполнение комплекса специальных беговых упражнений 2×30 м.
Переменный бег на отрезках 600 м в среднем темпе, чередуя с отрезками 200 м в медленном темпе (3 повторения).
Упражнения для развития равновесия
Упражнение 1. Техника выполнения: прыжки на скакалке. При каждом обороте скакалки перепрыгивайте через нее, держа обе ноги вместе. Количество повторений – три подхода по 1 минуте. Варианты выполнения: поочередно подпрыгивайте на правой и левой ноге. Подпрыгивайте только на одной ноге. Через один оборот скакалки перекрещивайте руки перед собой. При каждом прыжке делайте два оборота скакалкой. Вращайте скакалку в обратном направлении, чтобы она приближалась к ногам сзади, и выполняйте, таким образом, любые из предложенных выше видов прыжков.

Упражнение 2. Техника выполнения: примите исходное положение – сидя на полу согнув ноги. Из приседа выпрыгните вверх, широко расставив в стороны руки и ноги. Приземляясь, примите исходное положение. Темп выполнения средний. Количество повторений 10–15 раз.
Методические указания: во время выполнения старайтесь подпрыгнуть максимально высоко. Выпрыгивая вверх, как можно широко раскрывайте корпус в полете, при приземлении обязательно группируйтесь. Старайтесь приземляться на поверхность на передние части стоп, затем на пятку. Контролируйте дыхание после серии прыжков.
Упражнение 3. Техника выполнения: примите исходное положение – туловище выпрямлено, ноги вместе, стопы соединены, руки в свободном положении. Из исходного положения держа обе ноги вместе, прыжок из стороны в сторону. Темп выполнения максимально быстрый. Количество повторений 10 раз за один подход. Методические указания: во избежание травм голеностопа, после прыжка приземление на передние части стоп. По мере развития силы и скорости увеличивайте темп, амплитуду и количество повторений. Контролируйте дыхание после каждой серии прыжков.
Упражнение 4. Техника выполнения: упражнение выполняется в паре с партнером. Примите исходное положение – партнеры становятся лицом друг к другу и кладут ладони на плечи. Из исходного положения оба делают шаг назад. Затем продолжают делать по одному шагу назад до тех пор, пока смогут сохранять равновесие. Методические указания: не рекомендуется выполнять упражнение при болях в плечах и травмах плеч. Старайтесь контролировать чувство равновесия, чтобы не упасть. Также на координацию движения положительно влияет динамическая аэробика, которая направлена на коррекцию фигуры за счет проработки основных групп мышц. Динамичная аэробика включает в себя упражнения на сопротивление, различные жимы, приседания и наклоны, которые способствуют похудению, развитию силы и выносливости, а также формированию правильных пропорций тела

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, диалог, групповой метод)

Раздел 9. Настольный теннис

Тема занятия: Изучение правил игры
Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.
Санитарно-гигиенические требования к занятиям. Техника безопасности на занятиях по настольному теннису.
Изучение правил игры настольного тенниса. История возникновения и развития настольного тенниса.
Игра в настольный теннис, основные правила соревнований по настольному теннису
Выбор ракетки для начинающего игрока. Хватки ракетки - способы держания ракетки.
Стойки игрока в настольный теннис - исходные положения перед ударом.
Техника передвижения игрока в настольном теннисе.
Основы техники игры в настольный теннис
Обучение простейшим тактическим приемам настольного тенниса.
Изучение правил игры настольного тенниса. Знакомство с подводящими играми для освоения навыков игры настольного тенниса.

Тема занятия: Изучение технических действий в настольном теннисе.
Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.
Настольный теннис – это не просто игра, но и большой труд, а также испытание и воспитание волевых качеств. Игра приучает человека к тем физическим и психическим усилиям, которые так необходимы в профессиональной деятельности и повседневной жизни. Тренировка игрока в настольный теннис – это и техническая, и тактическая, и физическая, и психологическая, и теоретическая подготовка.
Тренировочное занятие должно состоять из трёх частей:
подготовительной (разминки), основной и заключительной, каждая из которых имеет свои задачи.
Задачей подготовительной части занятия является подготовка всех функций организма. Основная часть занятия направлена на освоение и совершенствование техники и тактики игры, развитие морально-волевых качеств. Проводят её с мячами у теннисного стола.
Заключительная часть занятия включает упражнения на расслабление и дыхание, способствующее постепенному переходу организма от интенсивной нагрузки к отдыху.

В специально-физическую подготовку тенниса включают:
– упражнения для укрепления мышц спины и плечевого пояса;
– упражнения для укрепления мышц ног (различные виды приседаний и прыжки);
– упражнения для укрепления мышц кисти и предплечья (гантельная гимнастика);
– координационные упражнения (в равновесии, вращения и повороты, разноименные движения руками, упражнения с шариком и ракеткой);
– упражнения для укрепления мышц спины и плечевого пояса;
– упражнения для укрепления мышц ног (различные виды приседаний и прыжки);
– упражнения для укрепления мышц кисти и предплечья (гантельная гимнастика);
– координационные упражнения (в равновесии, вращения и повороты, разноименные движения руками, упражнения с мячиком и ракеткой);
– игра после физической и вестибулярной нагрузки;
– гимнастика для глаз.
Для того чтобы занятия ваши стали интереснее, используйте различные игры и всевозможные соревновательные формы упражнений. Такие упражнения подстегивают к достижению цели, учат бороться за выигрыш очка от начала до конца. Это могут быть обычные игры на счет или выполнение тренировочных заданий со счетом.
Примеры игр «Солнышко», «Два против пяти», «Один против четырех» и др.
Разучивание технических элементов в настольном теннисе.
Обучение и совершенствование технике толчка, подрезки, наката, топ-спина, блока, контр-удара. Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа. Изучение удара слева толчком, подача слева толчком, удар справа/слева крученый по высокому и полувысокому мячу, удар слева/справа крученый, наводящий (накат), подача слева/справа крученая, крученая свеча справа/слева.
Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа.
Обучение и совершенствование технике толчка.
Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа.
Удары без вращения мяча (откидка, толчок, подставка, атакующий удар,
«свеча», атакующий удар по «свече»), скидка.
Удары с нижним вращением мяча (срезка, подрезка).
Атакующие удары с верхним вращением мяча (накат, топ-спин).
Подачи. Прием подач.
Совершенствование техники и тактики игры в нападении и защите, технику ведения мяча, технику передачи.
Методические рекомендации по исправлению ошибок в технике игры

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, команды)

П.2.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. **Легкая атлетика** Тема 1.1. Бег на короткие и длинные дистанции	Подготовка реферата
Тема 1.2.Прыжки в длину и высоту	Подготовка реферата
Раздел 2. Волейбол Тема 2.1. Индивидуальные технические действия	Подготовка реферата
Тема 2.2. Волейбол. Групповые технические действия	Подготовка реферата

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 2	
Раздел 3. Баскетбол 3.1.Индивидуальные технические действия	Подготовка реферата
3.2. Групповые технические действия	Подготовка реферата
Раздел 4. Стрельба 4.1. Основы техники безопасности при занятиях стрельбой	Подготовка реферата
4.2. Изучение техники стрельбы из пневматической винтовки	Подготовка реферата
Модуль 3	
Раздел 5. Шахматы 5.1. Изучение правил игры	Расчетно-практическое задание
5.2. Разучивание ходов и партий	Расчетно-практическое задание
Раздел 6. Лыжная подготовка 6.1.Изучение техники передвижения попеременного двухшажного хода	Подготовка реферата
6.2. Изучение техники передвижения одновременного бесшажного хода	Подготовка реферата
Модуль 4	
Раздел 7. Плавание 7.1. Техника безопасности на занятиях плаванием. Ознакомление с техникой плавания в зале, на воде ОФП.	Подготовка реферата
7.2. Изучение техники плавания способами кроль на груди, брасс, кроль на спине на суше. Упражнения на освоение с водой.	Подготовка реферата
Модуль 5	
Раздел 8. Общая физическая подготовка 8.1. Развитие скоростных и силовых способностей	Самостоятельное изучение материала раздела/темы, домашнее задание
8.2. Развитие выносливости и координационных способностей	Самостоятельное изучение материала раздела/темы, домашнее задание
Модуль 6	
Раздел 9. Настольный теннис 9.1. Изучение правил игры	Самостоятельное изучение материала раздела/темы, домашнее задание
9.2. Изучение технических действий	Самостоятельное изучение материала раздела/темы, домашнее задание

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Анализ техники бега на средние и длинные дистанции.
2. Анализ техники бега на короткие дистанции.
3. Методика обучения технике прыжков в высоту с разбега.
4. Методика обучения технике прыжков в длину с разбега.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1.Основы техники бега на средние и длинные дистанции.
2.Основы техники бега на короткие дистанции.
3.Основы техники прыжка в высоту способом «перешагивание».
4.Основы техники прыжков.
5.Состав и обязанности бригады судей на финише при беге на средние и длинные дистанции.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Характеристика волейбольной терминологии.
2. Основные понятия техники игры в нападении.
3. Методика обучения техническим приемам в волейболе.
4. Техника выполнения и методика обучения стойкам и перемещениям.
5. Техника выполнения и методика обучения передачам мяча сверху и снизу.
6. Техника выполнения и методика обучения подачам мяча.
7. Техника выполнения и методика обучения нападающему удару.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Основные понятия техники игры в защите.
2. Методика обучения техническим приемам в волейболе.
3. Техника выполнения и методика обучения стойкам и перемещениям.
4. Техника выполнения и методика обучения приему мяча сверху и снизу.
5. Техника выполнения и методика обучения приема мяча в падении.
6. Техника выполнения и методика обучения блокированию.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Характеристика баскетбольной терминологии.
2. Основные понятия техники игры в нападении.
3. Техника передвижений в нападении.
4. Ловля мяча на месте и в движении.
5. Передачи двумя и одной руками с места и в движении.
6. Ведение мяча. Классификация ведения и бросков мяча их характеристика.

Перечень тем рефератов к Разделу 3:

1. Схема обучения техники выбивания и вырывания мяча.
2. Техника стоек и перемещений в защите- этапы и схема обучения.
3. Значимость соревнований с целью закрепления техники движений в баскетболе.
4. Основные ошибки в обучении техники защиты и пути их исправления.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4:

1. Меры обеспечения безопасности, правила поведения в тире.
2. Техника безопасности при обращении с оружием.
3. Изучение докладов о получении боеприпасов, готовности к стрельбе и о завершении стрельбы.

Перечень тем рефератов к Разделу 4:

1. Пулевая стрельба как один из видов спорта.
2. История развития огнестрельного и пневматического оружия.
3. История и задачи развития пулевой стрельбы в России.
4. Виды спортивного оружия по способу удержания

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 5:

1. Основы дебюта. Разработка плана игры.
2. Как начинать партию. Борьба за центр.
3. Развитие фигур и пешек.
4. Понятие о плане в игре.
5. Влияние позиции на ценность фигур и соотношение сил.

Перечень тем расчетно-практических заданийк Разделу 5:

1. **Выполнить задание на логическое мышление.** “Мат в 1 ход”, “Поставь мат в 1 ход не рокированному королю”.
2. **Выполнить задание на логическое мышление.** “Поставь детский мат” Белые или черные начинают и объявляют противнику мат в 1 ход.
3. **Выполнить задание на логическое мышление.** “Поймай ладью”, “Поймай ферзя”.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 6:

1. Сведения о развитии техники. Техника лыжного спорта, ее определение и понятия. Основные требования, предъявляемые к технике.
2. Пространственные, временные, пространственно-временные, ритмические и динамические характеристики передвижения на лыжах.
3. Общая схема движений в попеременных и одновременных ходах.
4. Скользящий шаг, его периоды и фазы.
5. Анализ техники попеременного двухшажного хода.

Перечень тем рефератовк Разделу 6:

1. Скользящий шаг.
2. Техника попеременного двухшажного классического хода.
3. Одновременный бесшажный классический ход.
4. Одновременный двухшажный ход.
5. Одновременный одношажный ход**.**

Задания для самостоятельной работы к Разделу 7

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 7:

1. Техника скольжения на груди, толчка от бортика бассейна, попеременной работы рук и ног способом кроль на груди, техники вдоха и выдоха при спортивном плавании.

2. Упражнения для рук и плечевого пояса, для мышц туловища, мышц ног, упражнения в воде в не полной и полной координации движения, лежание на воде, брасс у неподвижной опоры.

3. Контроль владения навыками лежания на воде, скольжения на груди и на спине.

4. Освоение навыка дыхания в воде.

Перечень тем рефератовк Разделу7:

Расписать по 5 упражнений

1. Упражнения в воде с неподвижной опорой для обучения техники плавания кроль на груди
2. Упражнения в воде с подвижной опорой, направленные на продвижения в воде за счет ног
3. Упражнения в воде без опоры направленные на продвижения в воде за счет ног
4. Упражнения для изучения согласования движений ногами и дыхания *Имитационные упражнения на суше*
5. Упражнения в воде с неподвижной опорой, направленные на движения рук и согласование дыхания

Задания для самостоятельной работы к Разделу 8

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 8:

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ МИНИМАЛЬНЫЙ НЕДЕЛЬНЫЙ ДВИГАТЕЛЬНЫЙ ОБЪЕМ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКИМИ УПРАЖНЕНИЯМИ СТУДЕНТАМИ ОСНОВНОЙ ГРУППЫ

Упражнения	Объем
Юноши:	
1.Утренняя гимнастика (мин.)	105-140
2. Оздоровительный бег (км) или ходьба на лыжах (км)	15-17 22-24
3. Подтягивание на перекладине (кол-во раз) или сгибание рук в упоре лежа	70-85 120-140
4. Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (кол-во раз)	140-160
5. Из основной стойки наклоны туловища вперед с прямыми ногами (кол-во раз)	90-120
6. Ускоренная ходьба (км)	25-35
Девушки:	
1. Утренняя гимнастика (мин.)	105-140
2. Оздоровительный бег (км) или ходьба на лыжах (км)	12-14 16-18
3. Прыжки на месте через скакалку (кол-во раз)	350
4. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа, высота опоры 50 см (кол-во раз) или подтягивание из виса лежа на низкой перекладине (110-120 см)	210-220 85-95
5. Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (кол-во раз)	100-120
6. Из основной стойки наклоны туловища вперед с прямыми ногами (кол-во раз)	90-120
7. Ускоренная ходьба (км)	20-30

Перечень тем домашних заданий к Разделу 8:

Примерные комплексы силовых упражнений

Комплекс № 1.Силовые упражнения на гимнастическом городке для общей физической подготовки

1. Отжимание в упоре на брусьях: 8-15 раз.

2. Подтягивание на перекладине хватом сверху: 5-10 раз.

3. Поднимание ног к перекладине: 8-15 раз.

4. Подтягивание на перекладине хватом снизу: 5-10 раз.

5. Отжимание в упоре на брусьях: 8-15 раз.

6. Поднимание ног к перекладине: 5-8 раз.

7. Подтягивание на перекладине широким хватом: 4-8 раз.

8. Поднимание прямых ног лежа животом на наклонной гимнастической стенке (или на высокой скамье, лабиринте): 10-20 раз.

9. .Приседание с партнером на плечах: 5-10 раз (или выпрыгивание вверх, отталкиваясь одной ногой со скамьи попеременно то одной, то другой ногой).

10.Сгибание и разгибание туловища, сидя поперек скамьи с закрепленными ногами: 10-15 раз.

Комплекс № 2

1. Подтягивание широким хватом сверху с касанием перекладины затылком: 5-15 раз.

2. Переход из виса на прямых руках в вис сзади и обратно (с согнутыми или прямыми ногами): 5-15 раз.

3. Подтягивание широким хватом сверху с касанием пере- кладины затылком: 5-15 раз.

4. Переход из виса на прямых руках в вис сзади и обратно (с согнутыми или прямыми ногами): 5-15 раз.

5. Приседание с партнером на плечах: 2 х 5-15 раз, (или выпрыгивание вверх, толкаясь от скамьи попеременно одной ногой 2 51 х 10-20 раз).

6. Отжимание в упоре на брусьях: 1-2 х 8-15 раз.

7. Подтягивание на перекладине хватом снизу: 1-2 х 5-10 раз.

8. Подъем ног к перекладине: 1-2 х 8-15 раз.

9. Разгибание туловища лежа лицом вниз поперек скамьи с закрепленными ногами, руки за головой: 1-2 х 8-15 раз.

Если этот комплекс упражнений окажется для Вас легким, можете усложнить его, выполняя упражнения №№ 1,3,6,7 и 9 с дополнительным отягощением 5-10 кг.

Комплекс № 3

1. Подъем переворотом на перекладине: 2-4 х 3-10 раз.

2. Сгибание и разгибание рук (отжимания) в упоре на брусьях махом вперед или назад: 2-4 х 8-15 раз.

3. Подтягивание на перекладине хватом снизу: 2-4 х 5-15 раз.

4. Подтягивание на перекладине хватом сверху: 2-4 х 5-10 раз.

5. Приседание на одной ноге: 2-4 х 5-10 раз (на каждую ногу).

6. Разведение и сведение ног в положении «угол» в упоре на брусьях: 2 х 5-15 раз.

7. Подъем прямых ног к перекладине: 2-4 х 8-10 раз.

8. Разгибание туловища, лежа лицом вниз поперек скамьи: 2- 4 х 10-15 раз.

12-минутный тест ходьбы и бега.

Уровень физической подготовленности		Дистанция, м	
		Возраст, количество лет	
		13-19	20-29
Очень плохо	мужчины	Меньше 2100	Меньше 1950
	женщины	Меньше 1600	Меньше 1550
Плохо	мужчины	2100-2200	1950-2100
	женщины	1600-1900	1550-1800
Удовлетворительно	мужчины	2200-2500	2100-2400
	женщины	1900-2100	1800-1900
Хорошо	мужчины	2500-2750	2400-2600
	женщины	2100-2300	1900-2100
Отлично	мужчины	2750-3000	2600-2800
	женщины	2300-2400	2150-2300

Задания для самостоятельной работы к Разделу 9

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 9:

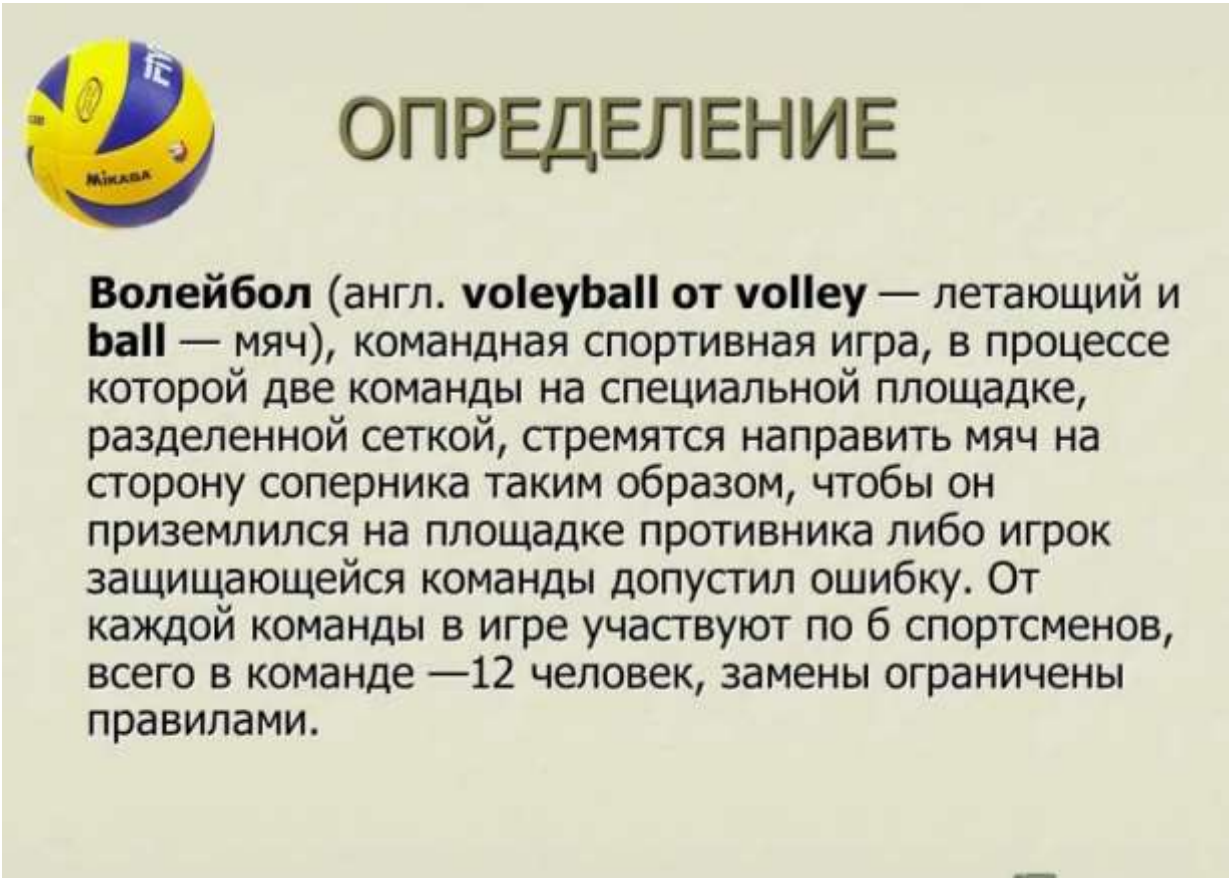
1. Обучение и совершенствование технике толчка, подрезки, наката, топ-спина, блока, контр-удара.
2. Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа.
3. Изучение удара слева толчком, подача слева толчком, удар справа/слева крученый по высокому и полувысокому мячу, удар слева/справа крученый, наводящий (накат), подача слева/справа крученая, крученая свеча справа/слева.

Перечень тем домашних заданий для подготовки к сдаче контрольных нормативовк Разделу 9:

Зачетныенормативыповидуспорта"Настольныйтеннис"врамкахдисциплины"Элективныедисциплинывпофизическойкультуреиспорту"													
№п/п	Наименованиенорматива	Юноши						Девушки					
		Баллы											
		Результат											
		5	4	3	2	1	0	5	4	3	2	1	0
1	Жонглированиемячомударомоткрытойстороной ракеткистоянаместе (количествоударов)	50	40	30	20	10	<10	50	40	30	20	10	<10
2	Подача мяча ударом с бэкхенда из левого (правого)квадратапоочередно вквадрат противоположной стороны, расположенный по диагонали и по прямой(количествоправильно выполненныхподачиз8 попыток:по 4вкаждуюзону)	7	6	5	4	3	<3	7	6	5	4	3	<3
3	Подача мяча ударом с форхенда из правого (левого)квадратапоочередно вквадрат противоположной стороны, расположенный по диагонали и по прямой(количествоправильно выполненныхподачиз8 попыток:по 4вкаждуюзону)	7	6	5	4	3	<3	7	6	5	4	3	<3
4	Розыгрыш мяча после подачи поочередно ударом сбэкхендаис форхенда(количествоправильно выполненныхпоочередныхударов)	14	12	10	8	6	<6	14	12	10	8	6	<6
Зачетныенормативыповидуспорта"Настольныйтеннис"в рамкахдисциплины"Элективныедисциплинывпофизическойкультуреиспорту													
1	Жонглирование резаными ударами с подкруткоймяча вправо (влево) ударом закрытой сторонойракеткистояна месте (количество ударов)	35	30	25	20	15	<15	35	30	25	20	15	<15
2	Жонглирование резаными ударами с подкруткоймяча вправо (влево) ударом открытой сторонойракеткистояна месте (количество ударов)	25	20	15	10	5	<5	25	20	15	10	5	<5
3	Укороченная подача резаным ударом (количествоправильно выполненныхподачиз7попыток)	5	4	3	2	1	<0	5	4	3	2	1	<0
4	Розыгрышвпарах,используяудары сфорхенда, бэкхенда,резаныеудары(количествовыполненных ударов напару)	16	14	12	10	8	<8	16	14	12	10	8	<8

П.2.4. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Легкая атлетика


ОПРЕДЕЛЕНИЕ
Волейбол (англ. voleyball от volley — летающий и ball — мяч), командная спортивная игра, в процессе которой две команды на специальной площадке, разделенной сеткой, стремятся направить мяч на сторону соперника таким образом, чтобы он приземлился на площадке противника либо игрок защищающейся команды допустил ошибку. От каждой команды в игре участвуют по 6 спортсменов, всего в команде —12 человек, замены ограничены правилами.

ТЕХНИКА ИГРЫ
ТЕХНИКА НАПАДЕНИЯ
ТЕХНИКА ЗАЩИТЫ
Техника владения мячом
Техника передвижения
Техника противодействия
Передача мяча
Подача
Нападающий удар
Стойка
Ходьба
Бег
Прыжки
Скачки
Падения
Блокирование
Прием мяча

РАЗДЕЛ 3. Баскетбол.

Начало игры

Игра начинается с того, что в центре площадки судья бросает мяч вверх между 2 игроками, каждый из которых пытается отбить мяч своей команде. Остальные игроки команды находятся вне центрального круга или в передней зоне.

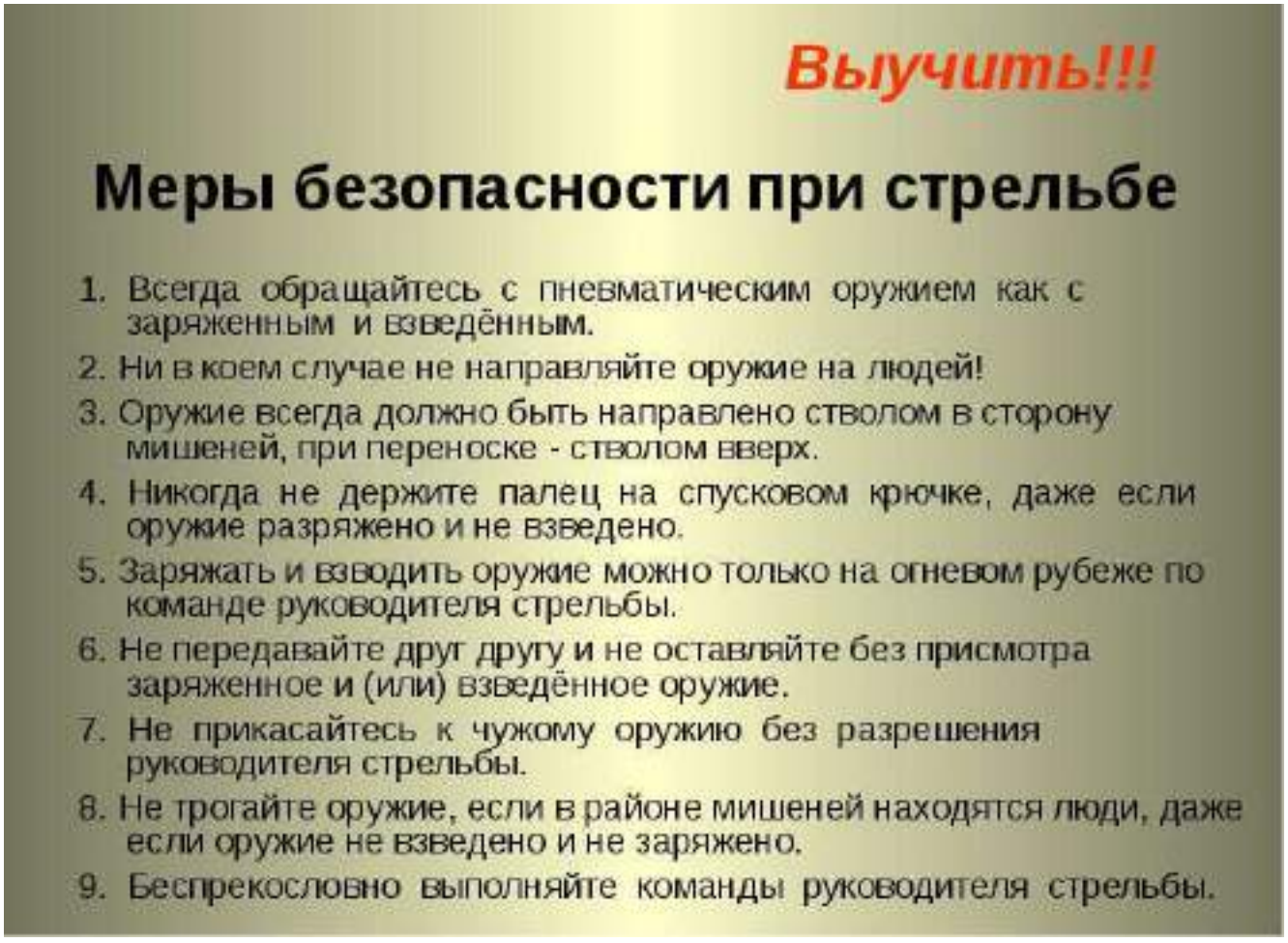
Техника нападения в баскетболе

- Нападение – базовая часть баскетбола, которая позволяет набирать очки и бороться за желанное первенство в матче.
- Исходное положение, удобное для наиболее быстрого выполнения любых перемещений в нападении и в защите, называется стойкой.
- Основа техники баскетбола - передвижение. Передвижения баскетболиста по площадке являются частью целостной системы действий, направленной на решение атакующих задач и формируемой в ходе реализации конкретных игровых положений.
- Для передвижений по площадке игрок использует ходьбу, бег, прыжки, остановки, повороты. С помощью этих приемов он может правильно выбрать место, оторваться от опекающего его соперника и выйти в нужном направлении для последующей атаки, достичь наиболее удобных, хорошо сбалансированных исходных положений для выполнения приемов. Кроме того, от правильной работы ног при передвижении и соблюдения равновесия зависит эффективность технических приемов с мячом: передач в движении и прыжке, ведения и обводки, бросков в прыжке и т. д.

Техника защиты:

- *Техника перемещений. (*стойка с выставленной ногой вперед, перемещения) ;
- *Техника овладения мячом (***Вырывание мяча**, **Выбивание мяча** – выбивание мяча из рук противника, выбивание мяча при ведении, **Перехват мяча** – Перехват мяча при передаче, Перехват мяча при ведении, **Накрывание мяча при броске, Отбивание мяча при броске в прыжке, Овладение мячом при борьбе за отскок у своего щита) .**

РАЗДЕЛ 4. Стрельба.



Позиции при стрельбе из пневматического оружия (винтовки)

Для позиции "сидя"

-глубоко вдохните;
-повернитесь на 30 градусов от цели (вправо);
-ваша левая нога должна располагаться по направлению к цели;
-поднимите винтовку к плечу и приложите приклад к плечу так, как вы обычно стреляете;
-расположите винтовку на ладони левой руки;
-поставьте левый локоть на упор (колено, поверхность стола);
-поставьте правый локоть на упор, или оставьте "свисать" вдоль тела;
-расслабьте левую руку;
-расслабьте плечи;
-расслабьте спину;
-расслабьте все тело;
-сделайте вдох;
-выдохните наполовину;
-увеличьте давление на спусковой крючок (примерно в два раза);
-прицельтесь (не цельтесь слишком долго, не более 6 секунд);
-произведите выстрел;
-проследите за попаданием;

Ходы шахматных фигур

Шахматная нотация

Для того чтобы играть в шахматы, необходимо знать, как передвигаются фигуры по шахматной доске. В начале игры всего на шахматной доске 32 фигуры. У каждого игрока по 16:

1 король

1 ферзь

2 ладьи

2 коня

2 слона

8 пешек

Как правильно записывать шахматные ходы?

Для записи передвижений фигур по шахматной доске используют шахматную нотацию, придуманную в Арабском халифате. Записывая ход фигуры, ее название сокращают до одной заглавной буквы: ладья обозначается буквой «Л», слон — «С», ферзь — «Ф». Название двух фигур начинается на букву «К» (конь и король), поэтому только одна заглавная буква «К» обозначает коня, а король записывается при помощи двух букв — «Кр». Далее записывается название поля, на котором стояла эта фигура. Через дефис — название поля, куда она сделала ход. Например, король стоял на поле «а2» и пошел на поле «а3». На шахматной нотации этот ход будет записан так: Кра2-а3. Можно использовать так называемую короткую шахматную нотацию и не записывать название поля, на котором фигура стояла, а сразу писать, куда она пошла. Тогда рассмотренный ход королем будет записан как Кра3.

Движение пешек на шахматной доске обозначается только при помощи названий шахматных полей: e2-e4 (это обозначает, что пешка с поля «e2» пошла на поле «e4»).

Давайте потренируемся. Запишите шахматной нотацией передвижения шахматных фигур, показанные на диаграмме 1.

Диаграмма 1

Ладья

В начале игры у каждого из игроков есть 2 ладьи. Ходит эта фигура по прямым линиям (по вертикали или по

НАЧАЛО

ферзь любит свой цвет

чёрные линия 7, 8

белые линия 1, 2

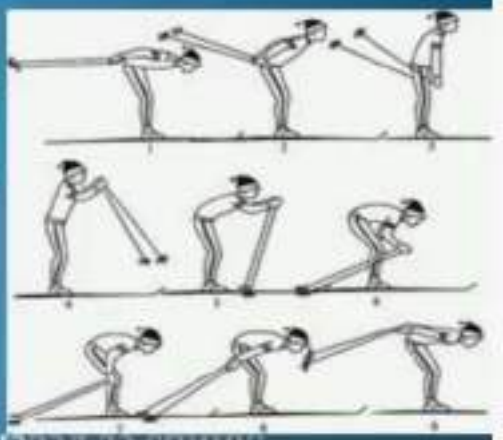
Начальная позиция: по 8 пешек, две ладьи по краям, затем два коня и два слона. По центру ферзь и король.

РАЗДЕЛ 6. Лыжная подготовка.

Обучение одновременному бесшажному шагу.

Упражнения в движении.

- одновременный бесшажный ход, обратить внимание на вынос палок ;
- то же упражнение, но обратить внимание на работу туловища;
- то же упражнение, но обратить внимание на отталкивание палками;

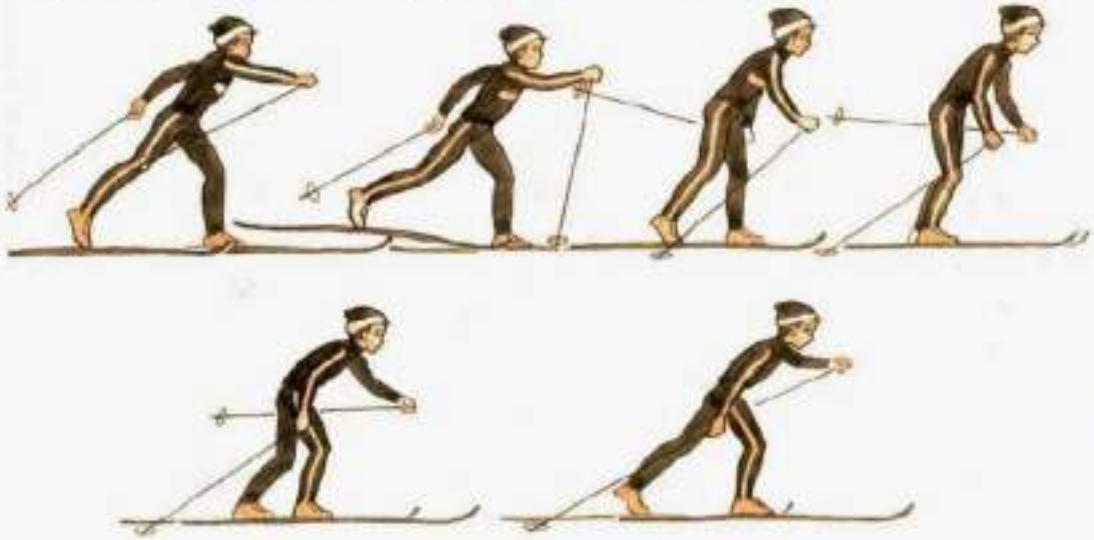


ХАРАКТЕРНЫЕ ОШИБКИ

- приседание во время отталкивания;
- нет давление туловища на палки;
- короткое отталкивание, руки не проходят назад за спину;
- рано начинают разгибать туловище(руки не завершили отталкивание, а туловище уже начинает выпрямляться);
- вертикально ставят палки;

ПОПЕРЕМЕННЫЙ ДВУХШАЖНЫЙ ХОД

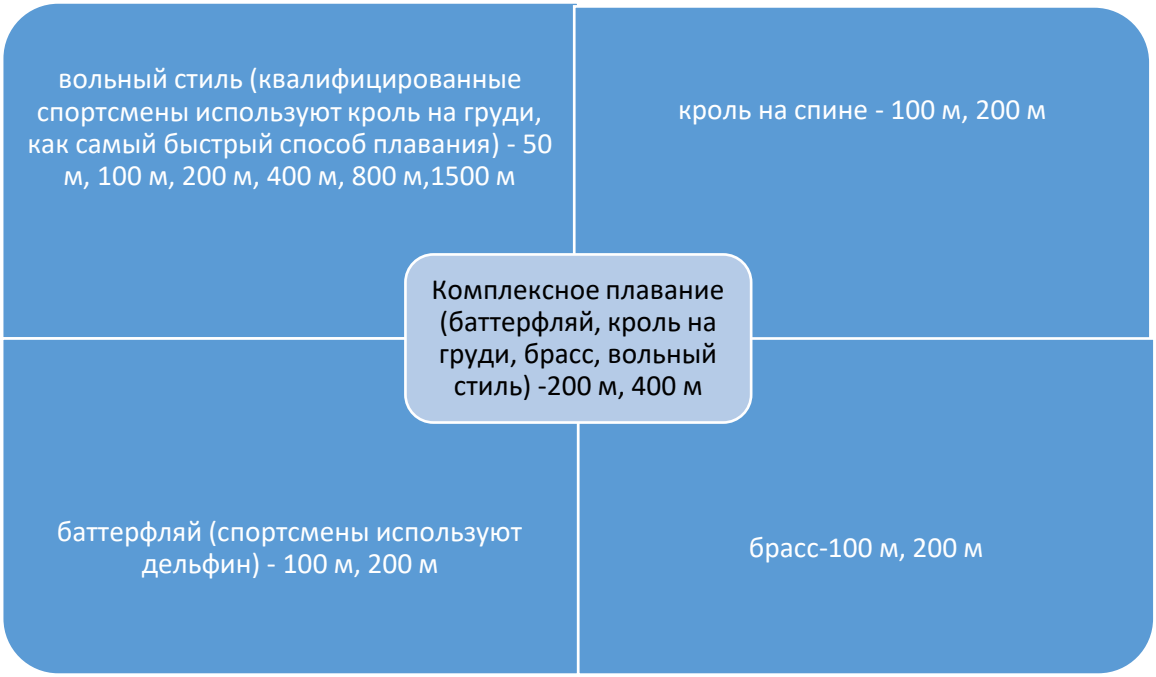
Выполняется следующим образом: с шагом левой ноги вперед выносится правая палка, одновременно левой рукой и правой ногой делается толчок – тяжесть тела переносится на левую ногу. Правая нога после толчка расслабляется и по инерции идет назад-вверх, поднимая пятку лыжи. Туловище наклонено вперед.



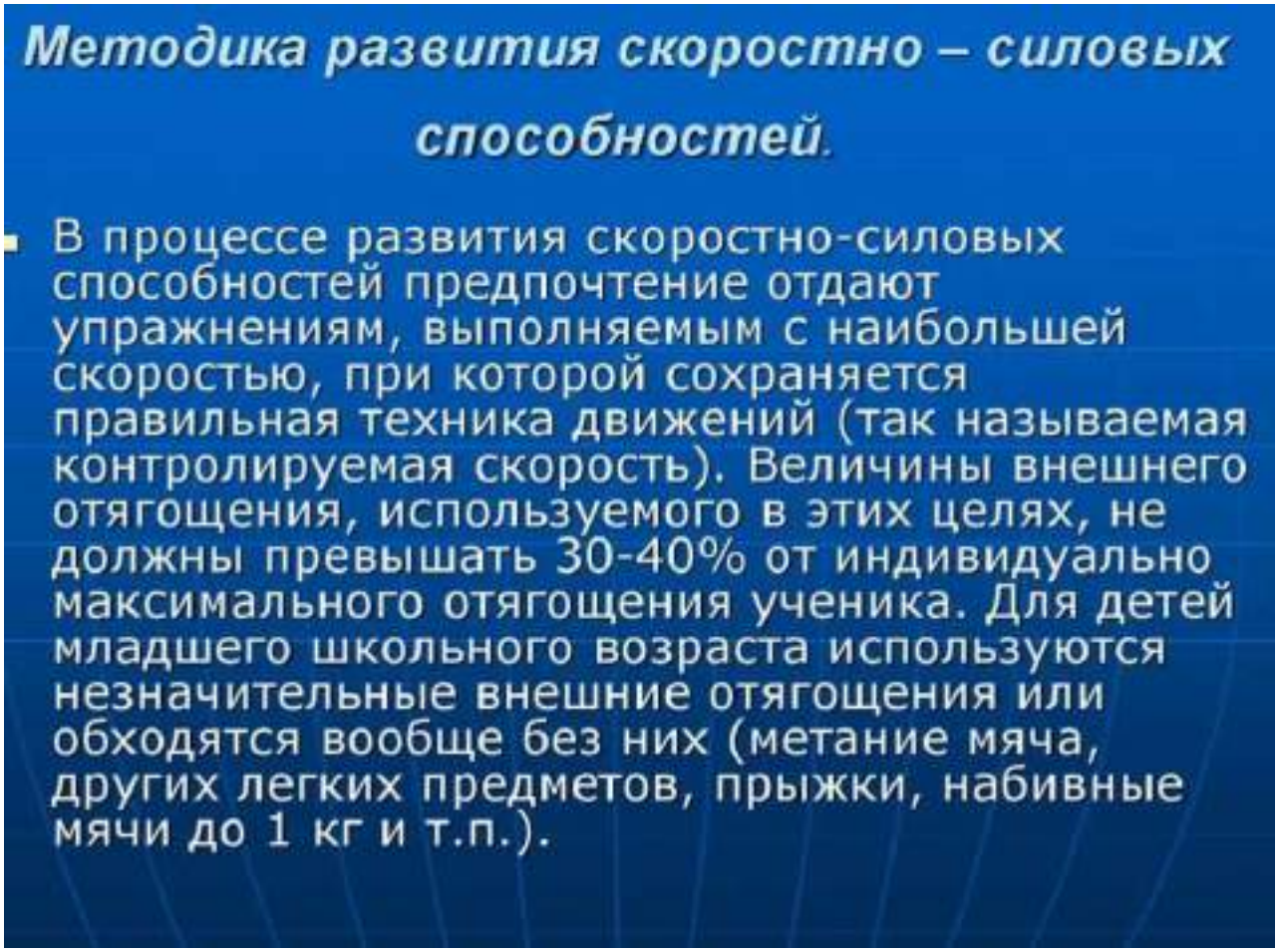
РАЗДЕЛ 7.Плавание.

Формы двигательной активности в плавании

Нагрузки **кондиционного плавания** заметно превышают нагрузки, применяемые в оздоровительной тренировке, поэтому они используются для достижения более высокого уровня плавательной подготовленности. К кондиционному плаванию можно отнести и поддержание спортивного долголетия (плавание для «ветеранов»)	**Лечебное (реабилитационное) плавание** отличается от оздоровительного контингентом занимающихся. Им занимаются люди имеющие ухудшение в состоянии здоровья, которое можно исправить с помощью специально подобранных средств используемых в водной среде.	Основными задачами **оздоровительного плавания** являются достижение и поддержание желаемого уровня здоровья, профилактика заболеваний	**Рекреативное плавание** направлено на улучшение физического и психоэмоционального состояния людей. Во время активного отдыха, развлечений и досуга используются средства плавания и купания. Обычно используются самостоятельные занятия нерегулярного характера.	Задачей **спортивной тренировки** (в спорте высших достижений) является демонстрация наивысшего индивидуально доступного результата, требующая многолетних напряженных тренировок.	**Адаптивное плавание** - обучение плаванию лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалиды), совершенствование двигательных способностей плавательной подготовленности.



РАЗДЕЛ 8.Общая физическая подготовка.

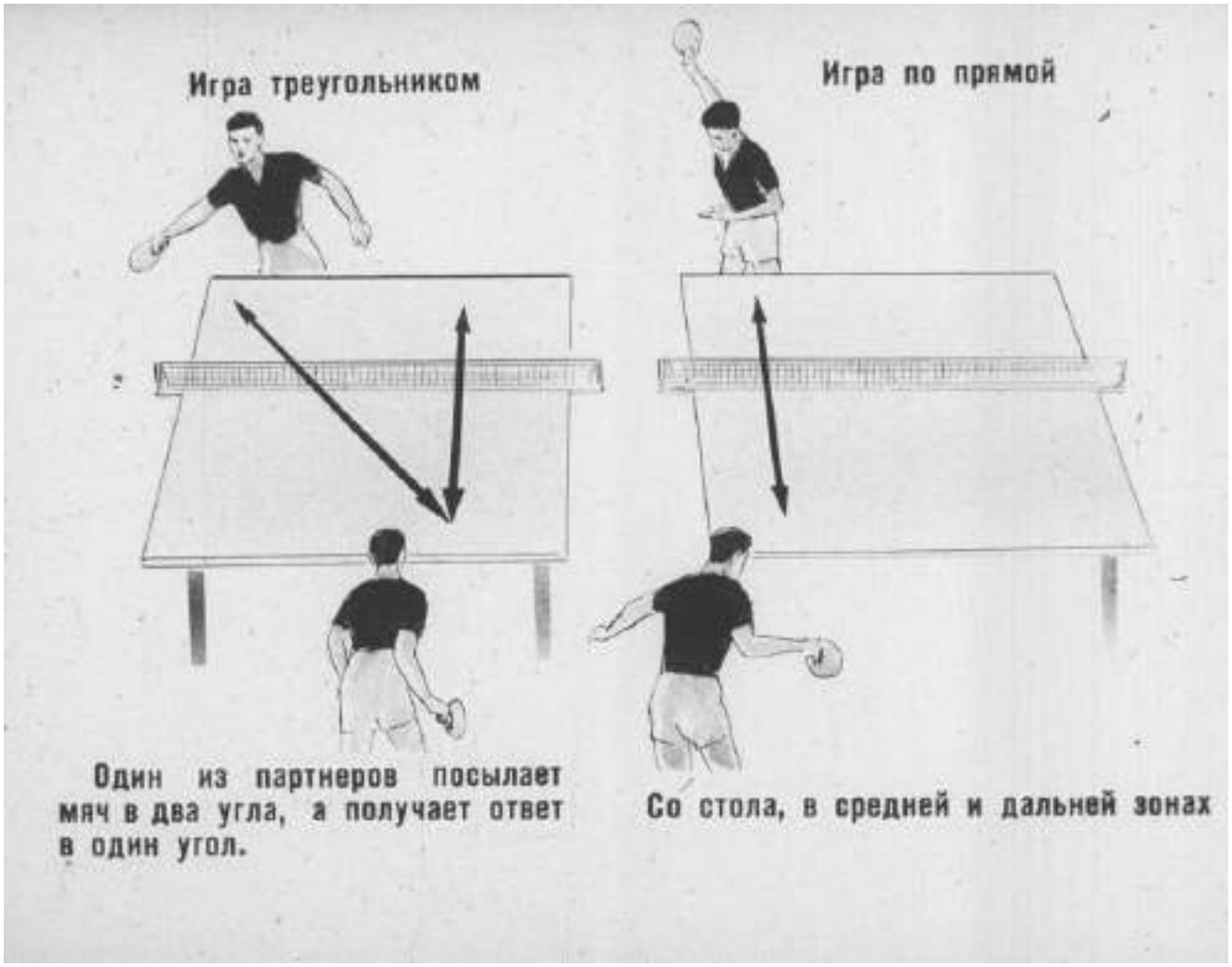


Формирование координационных способностей
Способность к реагированию это способность быстро и точно начать движения соответственно определенному сигналу.
Классификации координационных способностей
Способность к равновесию – это сохранение устойчивого положения тела в условиях разнообразных движений и поз. Различают статическое и динамическое равновесие.
Способность к дифференцированию – это способность к достижению высокой точности и экономичности отдельных частей и фаз движения, а также движения в целом.
Ориентационная способность – это способность к определению и изменению положения тела в пространстве и во времени, особенно с учетом изменяющихся ситуации или движущегося объекта.
Ритмическая способность – это способность определять и реализовывать характерные динамические изменения в процессе двигательного акта.

РАЗДЕЛ 9.Настольный теннис.

ПРАВИЛА ИГРЫ

- Определения
- В правилах настольного тенниса есть следующие определения:
- «Розыгрыш» — период времени, когда мяч находится в игре
- «Мяч в игре» считается с последнего момента нахождения его на неподвижной ладони свободной кисти перед намеренным подбрасыванием его в подаче до тех пор, пока не будет решено, что розыгрыш следует переиграть или он завершён присуждением очка
- «Переигровка» — розыгрыш, результат которого не засчитан
- «Очко» — розыгрыш, результат которого засчитан
- Игрок «ударяет» мяч, если он касается мяча в игре своей ракеткой, держа её в руке, или своей рукой с ракеткой ниже запястья
- «Подающий» — игрок, который должен первым ударить по мячу в розыгрыше
- «Принимающий» — игрок, который должен вторым ударить по мячу в розыгрыше


Игра треугольником
Игра по прямой
Один из партнеров посылает мяч в два угла, а получает ответ в один угол.
Со стола, в средней и дальней зонах

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ) СПЕЦИАЛЬНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структу-

ре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и сим-

волов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Легкая атлетика

Тема занятия: Легкоатлетическая подготовка (оздоровительные виды) в зале

Формы практических заданий: доклад.

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое ходьба?
2. При каких условиях ходьба может стать очень эффективной физической нагрузкой?
3. На какие системы человеческого организма и каким образом оказывает влияние оздоровительная ходьба?
4. К какому виду нагрузок по своему физиологическому воздействию относится ходьба? Почему?
5. Как определить темп ходьбы?
6. В чем заключается механизм положительного воздействия ходьбы?
7. Назовите основные противопоказания к занятиям оздоровительной ходьбой.
8. Какими бывают относительные противопоказания?
9. Какие рекомендации можно дать людям с заболеваниями при занятиях оздоровительной ходьбой?
10. Кому могут быть показаны занятия оздоровительной ходьбой?
11. Как определить тренировочный пульс?
12. Какие основные принципы необходимо знать при занятиях ходьбой?
13. Какие требования предъявляются к одежде занимающихся?
14. На какие особенности нужно обратить внимание при выборе обуви?
15. В чём особенности выбора спортивной экипировки для занятий в зимнее время.

Взаимодействие с аудиторией (групповой метод, описание, беседа, диалог)

Тема занятия: Оздоровительный бег, скандинавская ходьба

Формы практических заданий: доклад.

Вопросы к обсуждению:

1. Для чего в основном используется оздоровительный бег?
2. Что лежит в основе физической работоспособности человека?
3. На что указывает высокий пульс в состоянии покоя?
4. Почему у занимающихся оздоровительным бегом снижается значение ЧСС в покое?
5. Укажите одну из причин снижения ЧСС в покое у занимающихся оздоровительным бегом.
6. Что такое скандинавская ходьба
7. Особенности скандинавской ходьбы
8. В чем польза скандинавской ходьбы?
9. Чем отличается скандинавская ходьба от обычной?
10. Чем отличается скандинавская ходьба от бега?
11. Скандинавская ходьба для молодых людей

Взаимодействие с аудиторией (групповой метод, описание, беседа, диалог)

Раздел 2. Занятия избранным видом адаптивного спорта

Тема занятия: Элементы техники адаптивного волейбола

Формы практических заданий: доклад.

Вопросы к обсуждению:

1. Заболевания нервной системы
2. Врожденные патологии опорно-двигательного аппарата
3. Приобретенные заболевания и повреждения опорно-двигательного аппарата
4. Особенности реабилитации при дефектах нижних конечностей
5. Показания, ограничения и противопоказания к физическим нагрузкам лицам с нарушением опорно-двигательного аппарата
6. История и особенности волейбола сидя

7. Различия классического волейбола от сидячего волейбола
8. Волейбол стоя

Взаимодействие с аудиторией (групповой метод, описание, беседа, диалог)

Тема занятия: Элементы техники адаптивного баскетбола

Формы практических заданий: доклад.

Вопросы к обсуждению:

1. Предпосылки возникновения радиального баскетбола.
2. Питербаскет (радиальный баскетбол), описание игры.
3. Игровое время.
4. Жесты судьи в питербаскете.
5. Форма одежды и преимущества игры в питербаскет.
6. Универсальность игры как средства физического воспитания.
7. Мини-питербаскет.

Взаимодействие с аудиторией (групповой метод, описание, беседа, диалог)

Раздел 3. Оздоровительные игры

Тема занятия: Дартс

Формы практических заданий: доклад.

Вопросы к обсуждению:

1. История возникновения дартса как вида спорта, родина дартса.
2. Техника безопасности при работе с дротиками. Профилактика травматизма.
3. Установка мишени, очередность бросков, ведение счета.
4. Приемы и правила метания дротиков.
5. Тренировочные броски на кучность.
6. Имитация выполнения броска.
7. Виды позиций для броска.
8. Виды хватов (точечный, плоскостной). Игры: «Диаметр» «Сектор 20»
9. Разновидность дротиков. Вес дротиков. Хватка дротика.
10. Упражнения на развитие гибкости лучезапястного сустава, кисти.
11. Имитация выполнения броска. Игры: «Диаметр» : «3+0»,
12. Упражнения на ритмичность движений, точности мелких движений кисти и пальцев.
13. Комплекс упражнений на равновесие. Положение туловища, ног, рук, головы.
14. Упражнения на развитие чувства равновесия. Игры: «51», «Набор очков».
15. Режим дня, соотношение бодрствования и сна, учебы и отдыха, питания.
16. Значение занятий физическими упражнениями на состояние физиологических функций организма человека.
17. Работа руки при броске. Игры: «Диаметр» «Все по5». «Сектор 20»
18. Дыхательная гимнастика. Упражнения на развитие гибкости лучезапястного сустава, кисти. Игры «Быстрый раунд».
19. Комплекс упражнений на осанку. Упражнения на развитие гибкости лучезапястного сустава, кисти. Работа с переменной дистанции. Соревнование игры «Крикет».
20. Комплекс упражнений на равновесие. Работа с переменной дистанции. Подведение итогов соревнований.

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, диалог, групповой метод)

Тема занятия Шашки

Формы практических заданий: сдача реферата.

Требования к выполнению практического задания:

Перечень тем рефератов:

1. История шашек: происхождение и развитие игры.
2. Психология шашек: как игра влияет на развитие умственных способностей.
3. Шашки в образовании: использование шашек в учебном процессе, развитие логического мышления
4. Шашки: особенности тренировок и соревнований.
5. Шашки и компьютерные программы: как искусственный интеллект изменил игру.
6. Шашки и культура: влияние шашек на литературу, кино и другие искусства.
7. Шашки и стратегическое мышление: как игра помогает развивать стратегическое мышление и принятие решений.
8. Шашки и социальные навыки: как игра помогает развивать коммуникативные навыки и учиться работать в команде.
9. Шашки как хобби: как игра может стать увлекательным хобби для всех возрастов.
10. Шашки и здоровье: влияние игры на психическое и физическое здоровье человека.

Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, опрос)

Раздел 4. Подвижные игры и эстафеты.

Тема занятия Подвижные игры и эстафеты без предметов

Формы практических заданий: контрольная работа.

Контрольная работа проводится на практическом занятии. В контрольной работе **1 теоретический вопрос и 1 аналитическое задание.**

Теоретические вопросы:

1. Планирование подвижных игр в учебной работе по физическому воспитанию в вузе, в режиме учебного дня.
2.Организация соревнований по подвижным играм.
3. Особенности проведения игр-эстафет без предметов.
4. Особенности проведения соревнований по подвижным играм.
5. Соревнования по подвижным играм. Документы планирования.
7. Значение подвижных игр на занятиях физической культуры. На примере одного.
8. История возникновения и развития соревнований «Веселые старты» в нашей стране.
9. Положение о проведении соревнований «Веселые старты».
10. Содержание и методика составления программы соревнований «Веселые старты».
11.Вопросы подготовки и организации соревнований «Веселые старты».
12.Методика судейства соревнований «Веселые старты». Состав судейской бригады и обязанности судей.
13. Варианты подсчета очков при проведении соревнований «Веселые старты».
14. Игры без предметов, игры-эстафеты без предметов.

Аналитическое задание:

1. Разработать и описать подвижную игру без предметов с учетом заболевания студента.

Что должно входить в описание игры: 1. Цель. 2. Задачи. 3. Место проведения. 4. Спортивный инвентарь. 5. Описание игры. 6. Дозировка. 7. Методические указания.

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, диалог, групповой метод)

Тема занятия: Подвижные игры и эстафеты с предметами

Формы практических заданий: аналитическое задание.

Аналитические задания:

1. Составить карточку (1 игра) для проведения подвижных игр с предметом (скакалка, обруч, мяч и т.д.).

Что должно входить в игровую карточку: 1. Название игры. 2. Педагогические задачи. 3. Количество участников. 4. Ф. И. О. проводящего игру. 5. Подготовка места к проведению игры. 6. Размещения игроков и руководителя игры. 7. Четкость объяснения игры (название, цель, ход и т.д.), 8. Выбора капитана, водящего. 9. Дозировка игры. 10. Использование помощников. 11. Объективность судейства. 12. Подведение итогов. 13. Определение победителей. Разбор игры. 14. Итог игры.

2. Составить карточку (1 игра) для проведения игр-эстафеты с целью восстановления и укрепления здоровья студентов.

1. Что должно входить в игровую карточку: 1. Название игры. 2. Педагогические задачи. 3. Количество участников. 4. Ф. И. О. проводящего игру. 5. Подготовка места к проведению игры. 6. Размещения игроков и руководителя игры. 7. Четкость объяснения игры (название, цель, ход и т.д.), 8. Выбора капитана, водящего. 9. Дозировка игры. 10. Использование помощников. 11. Объективность судейства. 12. Подведение итогов. 13. Определение победителей. Разбор игры. 14. Итог игры.

Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, групповой метод)

Раздел 5. Шахматы

Тема занятия Изучение правил игры в шахматы

Формы практических заданий: сдача реферата.

Перечень тем рефератов:

1. История шахмат: происхождение и развитие игры.
2. Психология шахмат: как игра влияет на развитие умственных способностей.
3. Шахматы в образовании: как использование шахмат в учебном процессе помогает развивать логическое мышление.
4. Шахматы как спорт: особенности тренировок и соревнований.
5. Шахматы и компьютерные программы: как искусственный интеллект изменил игру.
6. Шахматы и культура: влияние шахмат на литературу, кино и другие искусства.
7. Шахматы и стратегическое мышление: как игра помогает развивать стратегическое мышление и принятие решений.
8. Шахматы и социальные навыки: как игра помогает развивать коммуникативные навыки и учиться работать в команде.
9. Шахматы как хобби: как игра может стать увлекательным хобби для всех возрастов.
10. Шахматы и здоровье: влияние игры на психическое и физическое здоровье человека.

Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, опрос)

Тема занятия Разучивание ходов и партий

Формы практических заданий: доклад.

Вопросы к обсуждению:

1. Викторина «Истоки шахмат».
2. Поля, горизонталь, вертикаль, диагональ, центр в шахматах.
3. Ходы шахматных фигур. Шах, мат, пат. Начальное положение.
4. Игровая практика (игра всеми фигурами из начального положения)
5. Обозначение шахматных фигур и терминов.
6. Запись начального положения. Краткая и полная шахматная нотация.
7. Запись шахматной партии. Игровая практика (с записью шахматной партии или фрагмента шахматной партии).
8. Ценность фигур. Сравнительная сила фигур.
9. Анализ и доигрывание партий великих шахматистов, игра с компьютером.
10. Дидактические задания “Шах или не шах”, “Дай шах”, “Пять шахов”, “Защита от шаха”.

Ша́хматы — настольная логическая игра со специальными фигурами на 64-клеточной доске для двух соперников, сочетающая в себе элементы искусства. На учебных занятиях предусмотрены следующие практические задания: В шахматной партии принимает участие 6 видов фигур. Это:

1. Король
2. Ферзь
3. Ладья
4. Слон
5. Конь
6. Пешка

В каждой партии по одному королю и ферзю, по две ладьи, два слона, два коня и по восемь пешек. У каждой стороны по 16 фигур в начале игры. Всего на доске 32 фигуры, то есть в начале партии занято ровно 50% всей доски.

Начальная позиция выглядит так:

Король и ферзь располагаются вместе (их часто путают местами). Здесь важно запомнить 1 правило: в начальной позиции ферзь стоит на поле своего цвета. То есть белый ферзь в начальной позиции стоит на белой клетке, а черный ферзь на черной. Очень важно запомнить, что, когда одна фигура сбивает другую, она становится на клетку сбитой фигуры.

В процессе освоения шахматных фигур планируется постепенное их изучение студентами. А также освоение шахматным королем соперника «мат». Мат в шахматах – это нападение на короля, от которого нет защиты. Упражнение: две позиции, черному и белому королю объявлен мат. В первой позиции победили белые, во второй – чёрные.

В первой позиции белая ладья напала на черного короля. При этом королю помешали собственные пешки убежать на 7-й ряд. Во второй позиции черная ладья напала на белого короля. При этом вторая ладья не позволила королю пойти на 2-ю горизонталь. Такой мат принято называть "линейным".

Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, опрос)

Раздел 6. Оздоровительная гимнастика

Тема занятия Лечебная физическая культура полностью или частично утраченных студентом функций после болезни, травмы.

Формы практических заданий: реферат
Темы рефератов:

1. Методика использования дыхательной гимнастики.
2. Методические основы составления комплексов специальных упражнений с учетом индивидуальных особенностей в состоянии здоровья.
3. Занятия физическими упражнениями при заболеваниях органов зрения, опорно-двигательного аппарата.
4. Рекомендации и основные противопоказания при занятиях физическими упражнениями при конкретном заболевании.
5. Гимнастика и зрение.
6. Стретчинг и методика занятий.
7. Групповые, индивидуальные и самостоятельные гимнастические упражнения при заболеваниях сердечно-сосудистой системы.
8. Регулирование массы тела с помощью средств ЛФК при занятиях физическими упражнениями.
9. Правила выбора и применения упражнений, направленных преимущественно на увеличение мышечной массы.
10. Методика упражнений, способствующих уменьшению веса тела и оптимизации его структурных компонентов.

Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, групповой метод)

Тема занятия: Лечебная гимнастика при наличии врожденных патологий; предупреждение прогрессирования заболевания или физического состояния студента.

Формы практических заданий: реферат
Темы рефератов:

1. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления студентов, повышения эффективности учебного труда.
2. Здоровье в системе человеческих ценностей, применение средств ЛФК при врожденной патологии. Понятие «здоровье и болезнь».
3. Основные компоненты и факторы здоровья. Здоровый и нездоровый образ жизни. Основные составляющие здорового образа жизни и его соблюдение при врожденных патологиях.
4. Параметры (компоненты) физических нагрузок, применяемых при физкультурно-оздоровительных занятиях.
5. Принципы, средства и способы закаливания, как одного из действующих факторов здорового образа жизни
6. Краткая характеристика основных физкультурно-оздоровительных систем (аэробика, ритмическая гимнастика, шейпинг, «тысяча движений» по Н. М. Амосову, атлетическая гимнастика, дыхательная гимнастики и т. д.)
7. Использование различных форм занятий физическими упражнениями при заболеваниях сердечно-сосудистой системы.
8. Оздоровление дыхательной системы с помощью физических упражнений.
9. Физические упражнения при нервно-психических заболеваниях.
10. Методика применения физических упражнений при заболеваниях эндокринной системы и обмена веществ.
11. Особенности применения физических упражнений при некоторых заболеваниях опорно-двигательного аппарата.

Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, групповой метод)

Раздел 7. Оздоровительное плавание
Тема занятия: Техника безопасности на занятиях плаванием. Ознакомление с техникой плавания в зале, на воде ОФП.
Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза, прохождение дистанции.

Плавание способствует оздоровлению, физическому развитию и закаливанию организма. Купание, плавание, игры и развлечение на воде – один из самых полезных видов физических упражнений, они способствуют оздоровлению, укрепляют нервную систему человека. На учебных занятиях предусмотрены следующие виды упражнений:
Подготовительные упражнения для освоения с водой состоят из семи групп упражнений и будет изучаться в такой последовательности 1) Элементарные движения руками и ногами в воде, и передвижения; 2) Погружения. 3) Всплывания и лежания. 4) Упражнения на дыхание. 5) Прыжки и спады в воду. 6) Скольжения. 7) Опорные упражнения. Элементарные движения рук и ног.

- Упражнения для освоения техники плавания на суше.

Комплекс общеразвивающих упражнений
Упражнения для рук и плечевого пояса:
1. Движения руками, как при плавании кролем на груди.
2. Движения руками, как при плавании брассом.
3. Круговые вращения прямыми руками — 10 раз вперед, 10 раза назад, постепенно увеличивая амплитуду.
4. Круговые вращения кистями, сжатыми в кулак, в одну и другую сторону, обеими кистями одновременно и попеременно из положения руки в стороны или вперед.
5. Рывки руками назад.
6. Движения руками, как при плавании кролем на спине.

Упражнения для мышц туловищ:
1. Наклоны, доставая руками пол.
2. Наклоны, доставая пол локтями.
3. Повороты туловища, доставая руками носки ног.
4. Круговые движения тазом.
5. Три пружинистых наклона в одну и в другую сторону.

Упражнения для мышц ног:
1. Сидя на полу в упоре руками сзади (плечи отклонены назад), ноги выпрямлены в коленях, носки оттянуты. Имитация движений ногами кролем.
2. Приседания.
3. Сидя на полу на пятках (носки оттянуты). Наклониться назад как можно ниже; вернуться в и.п., опираясь руками о пол.
4. Полу присед, кисти упираются о колени. Вращение коленей вправо и влево.
5. В положении стоя боком к опоре согнуть одну ногу в коленном суставе и, захватив стопу с внутренней стороны, подтянуть голень и пятку к ягодице. Отпустить ногу и выполнить ею движение брассом.
6. В положении лежа на груди движения ногами, как при плавании брассом.
7. Сидя на полу, упор руками сзади. Движения ногами, как при плавании брассом: медленно подтянуть ноги, разворачивая колени в стороны и волоча стопы по полу; развернуть носки в стороны; выполнить толчок, соединить ноги и вытянуть их на полу. Сделать паузу, медленно и мягко подтянуть ноги к себе.
8. Руки на поясе — выпад правой ногой, три пружинистых покачивания, то же, выпад левой ногой.
9. То же, но смена ног прыжком.
10.То же, но выпад ногой в сторону.
11. Руки выставлены вперед — поочередные махи ногами вперед, доставая носками руки.
12. Руки в стороны — поочередные махи ногами в стороны, доставая носками руки.

- Обучение техники плавания «Кроль на груди». Первые движения ногами необходимо выполнять, держась руками за какую-нибудь неподвижную опору. Такой опорой может быть поручень или край бортика бассейна. Движение ног с приподнятой головой сменяется упражнением на задержанном вдохе при опущенном в воду лице и выпрямленных руках. Затем выполняется упражнение в согласовании с дыханием, при котором поворот головы для вдоха делается вначале в сторону прижатой правой руки, а затем — в сторону прижатой левой руки.
- После этого изучение движений ног с подвижной опорой, которой могут служить любые плавающие средства, способные поддерживать руки у поверхности воды и дающие возможность держать поднятую над водой голову (плавательная доска). Наиболее простое упражнение, при котором обучающийся держит плавательную доску за ближний к ней край с вытянутыми руками. Вначале выполняется движения с поднятой головой и произвольным дыханием. Освоив структуру движений и добившись удовлетворительного продвижения, выполнение этого же упражнение, но с опущенной в воду головой на задержанном вдохе.
- Упражнение одна рука вытянута, другая – прижата, тело на воде грудью вниз, работа ног в полной координации, Упражнение две руки прижаты к телу, работа ног в полной координации, попеременные гребки рук с доской, работа ног в полной координации.

Упражнения на суше.

1. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-2 наклон головы вперед, 3-4 наклон головы назад.
2. Исходное положение – руки к плечам, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 интенсивное вращение рук вперёд, 5-8 интенсивное вращение рук назад.
3. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 вращение в тазобедренном суставе по часовой стрелке, 5-8 вращение в тазобедренном суставе против часовой стрелки.
4. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 пружинистые наклоны корпуса в правую сторону, 5-8 пружинистые наклоны корпуса в левую сторону.
5. Исходное положение – руки на пояс, ноги как можно шире. Счет 1-2 пружинистые наклоны корпуса к правой ноге, руки тянуться к стопе, 3-4 пружинистые наклоны корпуса к средине. 5-6 пружинистые наклоны корпуса к левой ноге, руки тянуться к стопе. 7-8 исходное положение.
6. Исходное положение – полуприсед, ладони на коленных суставах. Счет 1-4 вращение в коленных суставах по часовой стрелке, 5-8 вращение в коленных суставах против часовой стрелки.
7. Исходное положение – руки на пояс. Счет 1-8 вращение голеностопным суставом (правой ноги) по часовой стрелке. 1-8 вращение голеностопным суставом (левой ноги) по часовой стрелке
8. Движения руками, как при плавании кролем на спине.

9. Сидя на полу в упоре руками сзади (плечи отклонены назад), ноги выпрямлены в коленях, носки оттянуты. Имитация движений ногами кролем.
10. Сидя на полу, упор руками сзади. Движения ногами, как при плавании брассом: медленно подтянуть ноги, разворачивая колени в стороны и волоча стопы по полу; развернуть носки в стороны; выполнить толчок, соединить ноги и вытянуть их на полу. Сделать паузу, медленно и мягко подтянуть ноги к себе.
2. Упражнения в воде:
3. Сделать вдох, задержать дыхание и погрузиться в воду, опустив лицо до уровня глаз.
4. Сделать вдох, задержать дыхание и медленно погрузиться с головой в воду.
5. То же, держась за бортик бассейна.
6. Сделать вдох, задержать дыхание и, погрузившись в воду, попытаться сесть на дно.
7. Подныривания под разграничительную дорожку (резиновый круг, доску) при передвижении по дну бассейна.
8. Погрузившись в воду с головой, открыть глаза и сосчитать количество облицовочных плиток до дна бассейна.
9. Погрузившись в воду с головой, открыть глаза и найти игрушку (кольцо), брошенную на дно бассейна.
10. Взявшись прямыми руками за бортик, сделать вдох и, опустив лицо в воду (подбородок прижат к груди), лечь на воду, приподняв таз и ноги к поверхности воды.
11. Тоже, что и предыдущее упражнение, но после того, как ноги и таз приподнялись к поверхности воды, оттолкнуться кистями от бортика.
12. «Поплавок». Сделать полный вдох, задержать дыхание и, медленно погрузившись в воду, принять положение плотной группировки (подбородок упирается в согнутые колени). В этом положении, сосчитав до десяти, всплыть на поверхность.
13. «Медуза». Выполнив упражнение «поплавок», расслабить руки и ноги.
14. «Звездочка». Из положения «поплавок» развести ноги и руки в стороны (или, сделав вдох и опустив лицо в воду, лечь на воду; руки и ноги в стороны).
15. Упражнение в парах «водолазы». Погрузившись в воду, открыть глаза и сосчитать количество пальцев на руке партнера, поднесенных к лицу.
16. Упражнение в парах. Стоя лицом друг к другу, сделать вдох, погрузиться в воду и поднырнуть между широко расставленными ногами партнера. Всплывания и лежания на воде.

- Дыхательная выносливость. Это упражнение называется “лесенка”. Плыть следующим образом:

- один бассейн 25 метров – дышим на каждый второй гребок,
- затем – на каждый третий,
- затем, соответственно – на каждый четвертый и пятый.
- затем снова на четвертый, третий и второй.

Далее отдышаться и повторить это задание.

- Плавание кроль на груди в полной координации рук и ног 100 м.

Упражнения в воде. 2. Держась согнутыми локтями рук за край бортика бассейна, лежа на спине в воде, прижать подбородок к груди, выполнять движения ног кролем на спине. 3. Плавание при помощи движений ног, одна рука у бедра, другая за головой; руки у бедер; руки за головой. 4. Проплывание небольших отрезков кролем на спине с движениями неподвижных рук вверх, ноги в полной координации; с проносом «стороной» гребок одной рукой под водой, и обычным проносом другой руки, в полной координации с движением ног; с одновременным движением рук (одна рука делает гребок над водой + гребок под водой, «пронос руки» до вытянутой второй руки, далее, вторая рука выполняет такое же упражнение; плавание с акцентом усилий на движения рук, на движения ног.

- Плавание кроль на спине в полной координации рук и ног 100 м.

Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, команды)

Тема занятия: Изучение техники плавания способами кроль на груди, брасс, кроль на спине на суше. Упражнения на освоение с водой.

Формы практических заданий:посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза, прохождение дистанции.

Требования к выполнению практического задания:

Упражнения на суше.

11. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-2 наклон головы вперед, 3-4 наклон головы назад.
12. Исходное положение – руки к плечам, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 интенсивное вращение рук вперёд, 5-8 интенсивное вращение рук назад.
13. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 вращение в тазобедренном суставе по часовой стрелке, 5-8 вращение в тазобедренном суставе против часовой стрелки.
14. Исходное положение – руки на пояс, ноги на ширине плеч. Счет 1-4 пружинистые наклоны корпуса в правую сторону, 5-8 пружинистые наклоны корпуса в левую сторону.
15. Исходное положение – руки на пояс, ноги как можно шире. Счет 1-2 пружинистые наклоны корпуса к правой ноге, руки тянуться к стопе, 3-4 пружинистые наклоны корпуса к средине. 5-6 пружинистые наклоны корпуса к левой ноге, руки тянуться к стопе. 7-8 исходное положение.
16. Исходное положение – полуприсед, ладони на коленных суставах. Счет 1-4 вращение в коленных суставах по часовой стрелке, 5-8 вращение в коленных суставах против часовой стрелки.
17. Исходное положение – руки на пояс. Счет 1-8 вращение голеностопным суставом (правой ноги) по часовой стрелке. 1-8 вращение голеностопным суставом (левой ноги) по часовой стрелке
18. Движения руками, как при плавании кролем на спине.
19. Сидя на полу в упоре руками сзади (плечи отклонены назад), ноги выпрямлены в коленях, носки оттянуты. Имитация движений ногами кролем.
20. Сидя на полу, упор руками сзади. Движения ногами,как при плавании брассом: медленно подтянуть ноги, разворачивая колени в стороны и волоча стопы по полу; развернуть носки встороны; выполнить толчок, соединить ноги и вытянуть их на полу. Сделать паузу, медленно и мягко подтянуть ноги к себе.
17. Упражнения в воде:
18. Сделать вдох, задержать дыхание и погрузиться в воду, опустив лицо до уровня глаз.
19. Сделать вдох, задержать дыхание и медленно погрузиться с головой в воду.
20. То же, держась за бортик бассейна.
21. Сделать вдох, задержать дыхание и, погрузившись в воду, попытаться сесть на дно.
22. Подныривания под разграничительную дорожку (резиновый круг, доску) при передвижении по дну бассейна.
23. Погрузившись в воду с головой, открыть глаза и сосчитать количество облицовочных плиток до дна бассейна.
24. Погрузившись в воду с головой, открыть глаза и найти игрушку (кольцо), брошенную на дно бассейна.
25. Взявшись прямыми руками за бортик, сделать вдох и, опустив лицо в воду (подбородок прижат к груди), лечь на воду, приподняв таз и ноги к поверхности воды.
26. Тоже, что и предыдущее упражнение, но после того, как ноги и таз приподнялись к поверхности воды, оттолкнуться кистями от бортика.
27. «Поплавок». Сделать полный вдох, задержать дыхание и, медленно погрузившись в воду, принять положение плотной группировки (подбородок упирается в согнутые колени). В этом положении, сосчитав до десяти, всплыть на поверхность.
28. «Медуза». Выполнив упражнение «поплавок», расслабить руки и ноги.
29. «Звездочка». Из положения «поплавок» развести ноги и руки в стороны (или, сделав вдох и опустив лицо в воду, лечь на воду; руки и ноги в стороны).
30. Упражнение в парах «водолазы». Погрузившись в воду, открыть глаза и сосчитать количество пальцев на руке партнера, поднесенных к лицу.
31. Упражнение в парах. Стоя лицом друг к другу, сделать вдох, погрузиться в воду и поднырнуть между широко расставленными ногами партнера. Всплывания и лежания на воде.

- Дыхательная выносливость. Это упражнение называется “лесенка”. Плыть следующим образом:

- один бассейн 25 метров – дышим на каждый второй гребок,
- затем – на каждый третий,
- затем, соответственно – на каждый четвертый и пятый.

- затем снова на четвертый, третий и второй.

Далее отдышаться и повторить это задание.

- Плавание кроль на груди в полной координации рук и ног 100 м.

Упражнения в воде. 2. Держась согнутыми локтями рук за край бортика бассейна, лежа на спине в воде, прижать подбородок к груди, выполнять движения ног кролем на спине. 3. Плавание при помощи движений ног, одна рука у бедра, другая за головой; руки у бедер; руки за головой. 4. Проплывание небольших отрезков кролем на спине с движениями неподвижных рук вверх, ноги в полной координации; с проносом «стороной» гребок одной рукой под водой, и обычным проносом другой руки, в полной координации с движением ног; с одновременным движением рук (одна рука делает гребок над водой + гребок под водой, «пронос руки» до вытянутой второй руки, далее, вторая рука выполняет такое же упражнение; плавание с акцентом усилий на движения рук, на движения ног.

- Плавание кроль на спине в полной координации рук и ног 100 м.

Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, команды)

Раздел 8. **Общая физическая подготовка (оздоровительные формы и виды)**

Тема занятия Развитие скоростных и силовых способностей

Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.

Выполнение строевых команд на месте и в движении; передвижения строевым шагом. Повороты направо, налево, кругом; строевые команды.
Упражнения, выполняемые группой; в парах, индивидуально, ОФП с использованием предметов (набивные мячи, гимнастические палки, скакалки. гантели и др.), О.П.У. у гимнастической стенки, с использованием гимнастических скамеек и других гимнастических снарядов.
Развитие скоростных и силовых способностей.
1 комплекс.
1.Техника безопасности при занятиях *общей физической подготовки.*
2.Выполнение строевых команд на месте и в движении; передвижения строевым шагом. Повороты направо, налево, кругом; строевые команды.
3.Равномерный медленный бег (5 мин.).
4.Выполнение комплекса общеразвивающих упражнений.
5.Выполнение комплекса специальных беговых упражнений 2×30 м. Для развития частоты движений: (скорость 100 % от максимума) «семенящий» бег: (30–40 м.); для комплексного развития быстроты: бег на отрезках 50–80 м., скорость 80 – 95% от максимума, количество повторов 3–4, отдых 3–5 мин. То же с вариацией затруднения и облегчения бега.
6.Общая подготовка силовой направленности, комплексы упражнений для начинающих.
7. Упражнения на растягивание.

2 комплекс.
1.Выполнение строевых команд на месте и в движении; передвижения строевым шагом. Повороты направо, налево, кругом; строевые команды.
2.Равномерный медленный бег (5 мин.).
3.Выполнение комплекса общеразвивающих упражнений.
4.Выполнение комплекса специальных беговых упражнений 2×30 м.
5.Выполнение упражнений на развитие скоростно-силовых способностей (использование непредельных отягощений с максимальной скоростью от 20 до 60%).
6.Выполнение упражнений на развитие собственно силовых способностей (использование непредельных отягощений с предельным числом повторений).
7.Выполнение комплекса упражнений силовой направленности с использованием различного оборудования (гантели, штанги, бодибары, медболы, амортизаторы, тренажеры).

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, диалог, групповой метод)

Тема занятия: Развитие выносливости и координационных способностей
Формы практических заданий:посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.
Требования к выполнению практического задания:

1. Кроссовый бег в равномерном медленном темпе (2×5 мин.).
2. Выполнение комплекса общеразвивающих упражнений.
3. Выполнение комплекса специальных беговых упражнений 2×30 м.
4. Подвижные игры.
5. Упражнения общего воздействия с участием наибольшего числа мышечных групп.
6. Кроссовый бег в равномерном медленном темпе (2×6 мин.).
7. Выполнение комплекса упражнений на разминку.
3. Эстафеты на развитие координационных способностей
8. Упражнения для развития общей выносливости. Оптимизация физической работоспособности студента.
9. Упражнения на растягивание.
10. Равномерный медленный бег (12 мин.).
11. Выполнение комплекса для разминки с мячами.
12. Преодоление полос препятствий.
13. Выполнение упражнений с акцентом на точность их выполнения по параметрам времени, усилий, темпа, пространства.
14. Равномерный медленный бег (13 мин.).
15. Выполнение комплекса общеразвивающих упражнений.
16. Выполнение комплекса специальных беговых упражнений 2×30 м.
17. Переменный бег на отрезках 1000 м в среднем темпе, чередуя с отрезками 400 м в медленном темпе (2-4 повторения).
18. Выполнение упражнений на меткость на месте и в движении.
19. Равномерный медленный бег (14 мин.).
20. Переменный бег на отрезках 1500 м в среднем темпе, чередуя с отрезками 400 м в медленном темпе (2-3 повторения).
21. Подвижные игры (с мячом).

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, команды, групповой метод)

Раздел 9. Настольный теннис

Тема занятия Изучение правил игры.
Формы практических заданий:посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.
Требования к выполнению практического задания:

Настольный теннис – это не просто игра, но и большой труд, а также испытание и воспитание волевых качеств. Игра приучает человека к тем физическим и психическим усилиям, которые так необходимы в профессиональной деятельности и повседневной жизни. Тренировка игрока в настольный теннис – это и техническая, и тактическая, и физическая, и психологическая, и теоретическая подготовка.
Тренировочное занятие должно состоять из трёх частей:
подготовительной (разминки), основной и заключительной, каждая из которых имеет свои задачи.
Задачей подготовительной части занятия является подготовка всех функций организма. Основная часть занятия направлена на освоение и совершенствование техники и тактики игры, развитие морально-волевых качеств. Проводят её с мячами у теннисного стола.
Заключительная часть занятия включает упражнения на расслабление и дыхание, способствующее постепенному переходу организма от интенсивной нагрузки к отдыху.
В специально-физическую подготовку тенниса включают:
– упражнения для укрепления мышц спины и плечевого пояса;
– упражнения для укрепления мышц ног (различные виды приседаний и прыжки);
– упражнения для укрепления мышц кисти и предплечья (гантельная гимнастика);

– координационные упражнения (в равновесии, вращения и повороты, разноименные движения руками, упражнения с шариком и ракеткой);
– упражнения для укрепления мышц спины и плечевого пояса;
– упражнения для укрепления мышц ног (различные виды приседаний и прыжки);
– упражнения для укрепления мышц кисти и предплечья (гантельная гимнастика);
– координационные упражнения (в равновесии, вращения и повороты, разноименные движения руками, упражнения с мячиком и ракеткой);
– игра после физической и вестибулярной нагрузки;
– гимнастика для глаз.
Для того чтобы занятия ваши стали интереснее, используйте различные игры и всевозможные соревновательные формы упражнений. Такие упражнения подстегивают к достижению цели, учат бороться за выигрыш очка от начала до конца. Это могут быть обычные игры на счет или выполнение тренировочных заданий со счетом.
Примеры игр «Солнышко», «Два против пяти», «Один против четырех» и др.

Взаимодействие с аудиторией (указания, инструкции, команды, групповой метод)

Тема занятия Изучение технических действий в настольном теннисе.
Формы практических заданий: посещения учебных занятий студентами, выступления на соревнованиях вуза.
Настольный теннис – это не просто игра, но и большой труд, а также испытание и воспитание волевых качеств. Игра приучает человека к тем физическим и психическим усилиям, которые так необходимы в профессиональной деятельности и повседневной жизни. Тренировка игрока в настольный теннис – это и техническая, и тактическая, и физическая, и психологическая, и теоретическая подготовка.
Тренировочное занятие должно состоять из трёх частей:
подготовительной (разминки), основной и заключительной, каждая из которых имеет свои задачи.
Задачей подготовительной части занятия является подготовка всех функций организма. Основная часть занятия направлена на освоение и совершенствование техники и тактики игры, развитие морально-волевых качеств. Проводят её с мячами у теннисного стола.
Заключительная часть занятия включает упражнения на расслабление и дыхание, способствующее постепенному переходу организма от интенсивной нагрузки к отдыху.
В специально-физическую подготовку тенниса включают:
– упражнения для укрепления мышц спины и плечевого пояса;
– упражнения для укрепления мышц ног (различные виды приседаний и прыжки);
– упражнения для укрепления мышц кисти и предплечья (гантельная гимнастика);
– координационные упражнения (в равновесии, вращения и повороты, разноименные движения руками, упражнения с шариком и ракеткой);
– упражнения для укрепления мышц спины и плечевого пояса;
– упражнения для укрепления мышц ног (различные виды приседаний и прыжки);
– упражнения для укрепления мышц кисти и предплечья (гантельная гимнастика);
– координационные упражнения (в равновесии, вращения и повороты, разноименные движения руками, упражнения с мячиком и ракеткой);
– игра после физической и вестибулярной нагрузки;
– гимнастика для глаз.
Для того чтобы занятия ваши стали интереснее, используйте различные игры и всевозможные соревновательные формы упражнений. Такие упражнения подстегивают к достижению цели, учат бороться за выигрыш очка от начала до конца. Это могут быть обычные игры на счет или выполнение тренировочных заданий со счетом.
Примеры игр «Солнышко», «Два против пяти», «Один против четырех» и др.
Разучивание технических элементов в настольном теннисе.
Обучение и совершенствование технике толчка, подрезки, наката, топ-спина, блока, контр-удара. Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа. Изучение удара слева толчком, подача слева толчком, удар справа/слева крученый по высокому и полувысокому мячу, удар слева/справа крученый, наводящий (накат), подача слева/справа крученая, крученая свеча справа/слева.
Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа.
Обучение и совершенствование технике толчка.
Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа.

Удары без вращения мяча (откидка, толчок, подставка, атакующий удар,
«свеча», атакующий удар по «свече»), скидка.
Удары с нижним вращением мяча (срезка, подрезка).
Атакующие удары с верхним вращением мяча (накат, топ-спин).
Подачи. Прием подач.
Совершенствование техники и тактики игры в нападении и защите, технику ведения мяча, технику передачи.
Методические рекомендации по исправлению ошибок в технике игры

Требования к выполнению практического задания:
Взаимодействие с аудиторией (инструкции, диалог, беседа, команды)

П.2.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. **Легкая атлетика** Тема 1.1. Легкоатлетическая подготовка (оздоровительные виды) в зале	Подготовка реферата
Тема 1.2. Оздоровительный бег, скандинавская ходьба	Подготовка реферата
Раздел 2. Занятия избранным видом адаптивного спорта Тема 2.1. Элементы техники адаптивного волейбола	Подготовка реферата
Тема 2.2. Элементы техники адаптивного баскетбола	Подготовка реферата
Модуль 2	
Раздел 3. Оздоровительные игры 3.1. Дартс	Подготовка реферата
3.2. Шашки	Подготовка реферата
Раздел 4. Подвижные игры и эстафеты 4.1. Подвижные игры и эстафеты без предметов	Подготовка реферата
4.2. Подвижные игры и эстафеты с предметами	Подготовка реферата
Модуль 3	
Раздел 5. Шахматы 5.1. Изучение правил игры	Расчетно-практическое задание
5.2. Разучивание ходов и партий	Расчетно-практическое задание
Раздел 6. Оздоровительная гимнастика 6.1. Лечебная физическая культура полностью или частично утраченных студентом функций после болезни, травмы.	Подготовка реферата

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
6.2. Лечебная гимнастика при наличии врожденных патологий; предупреждение прогрессирования заболевания или физического состояния студента.	Подготовка реферата
Модуль 4	
Раздел 7. Оздоровительное плавание 7.1. Техника безопасности на занятиях плаванием. Ознакомление с техникой плавания в зале, на воде ОФП.	Подготовка реферата
7.2. Изучение техники плавания способами кроль на груди, брасс, кроль на спине на суше. Упражнения на освоение с водой.	Подготовка реферата
Модуль 5	
Раздел 8. Общая физическая подготовка (оздоровительные формы и виды) 8.1. Развитие скоростных и силовых способностей	Самостоятельное изучение материала раздела/темы, домашнее задание
8.2. Развитие выносливости и координационных способностей	Самостоятельное изучение материала раздела/темы, домашнее задание
Модуль 6	
Раздел 9. Настольный теннис 9.1. Изучение правил игры	Самостоятельное изучение материала раздела/темы, домашнее задание
9.2. Изучение технических действий	Самостоятельное изучение материала раздела/темы, домашнее задание

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

Ходьба и ее разновидности, сочетание ходьбы с упражнениями на дыхание, расслабление, с изменением времени прохождения дистанции. Бег и его разновидности. Бег трусцой. Скандинавская ходьба.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Обучение технике ходьбы.
2. Развитие выносливости при ходьбе.
3. Методики эффективных и экономичных способов овладения техники ходьбы
4. Особенности самостоятельных занятий оздоровительной ходьбой
5. Самоконтроль при занятиях оздоровительной ходьбой
6. Оздоровительный эффект бега.
7. Основы методики проведения занятий.
8. Определение оптимального темпа бега
9. Самоконтроль в процессе занятий оздоровительным бегом
10. Примерный план тренировок по оздоровительному бегу на месяц. Интервалы отдыха между занятиями.

11. Методика физической подготовки при занятия скандинавской ходьбой.
12. Методика технической подготовки скандинавской ходьбы.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2
Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

Элементы техники спортивных игр (адаптивные формы): баскетбол, волейбол. Общие и специальные упражнения игрока. Баскетбол в адаптивном спорте, преимущества радиального баскетбола, области применения, правила игры в радиальный баскетбол, Мини-питербаскет**.**

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Методика обучения волейболу сидя и стоя.
2. Средства обучения и совершенствование адаптивного волейбола
3. Методы обучения адаптивному волейболу
4. Обучение передачам мяча в адаптивном волейболе (сидя, стоя)
5. История и особенности волейбола сидя
6. Различия классического волейбола от сидячего волейбола
7. Волейбол стоя
8. Правила игры в радиальный баскетбол
9. Классификация игроков питер-баскетбола, какие нозологии людей могут играть в адаптивный баскетбол.
10. Радиальный баскетбол на колясках
11. Радиальный баскетбол сидя
12. Судьи и их обязанности в питер-баскетболе
13. Мини-питер-баскетбол. Правила игры.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3
Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

Шашки для слепых и слабовидящих, правила игры в шашки, основы шашечной игры, ходы фигур; цель шашечной партии; история возникновения игры в шашки; приёмы разыгрывания партии, доведения её до логического конца. Обучения навыкам игры в шашки. Техника игры в шашки

Перечень тем рефератов к Разделу 3:

1. История возникновения игры в дартс.
2. Адаптивный дартс. Игроки и особенности игры
3. Влияние игры в дартс на здоровье студента
4. Правила игр: «3+9», «Большой раунд», «Набор очков», «Быстрый раунд», «Американский крикет», «101», «301», «501»
5. Общая физическая подготовка в дартсе
6. Оборудование и инвентарь в дартсе. Материально-техническая оснащенность игры в дартс.
7. Основы техники игры в дартс.
8. Правила техники безопасности во время занятий по дартсу
9. Шашки для слепых и слабовидящих, особенности игры
10. Правила игры в шашки
11. Обучения навыкам игры в шашки.
12. Техника игры в шашки

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4
Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4:

Подвижные игры с простейшими способами передвижения, не требующие проявления максимальных усилий и сложно-координационных действий. Доступные виды эстафет: с предметами и без них.

Перечень тем рефератов к Разделу 4:

1. Теория происхождения и развитие подвижных игр.
2. Педагогические основы игры (оздоровительное, образовательное, воспитательное значение).
3. Отличие подвижных игр от спортивных.
4. Игровой метод. Его роль в педагогической практике.
5. Педагогическая группировка (классификация) подвижных игр.
6. Подвижные игры с предметами (особенности, характеристика, описание игр).
7. Применение подвижных игр при различных формах заболеваний людей.
8. Подвижные игры без предметов (особенности, характеристика, описание игр)
9. Критерий выбора игры.
10. Подготовка руководителя к игре.
11. Подготовка играющего коллектива.
12. Способы разделения игроков на команды и их характеристика.
13. Способы выбора водящего и их характеристика.
14. Выборы помощников и капитанов в игре.
15. Требования к рассказу и порядок объяснения игры.
16. Роль и место показа.
17. Руководство игрой.
18. Дозировка и судейство игры.
19. Требования к окончанию и подведению итогов игры.
20. Игры-эстафеты с предметами и без предметов. Описание игры, оздоровительное значение.
21. Противопоказания к занятиям подвижными играми в зависимости от заболевания.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 5:

a. Основы дебюта. Разработка плана игры.
b. Как начинать партию. Борьба за центр.
c. Развитие фигур и пешек.
d. Понятие о плане в игре.
e. Влияние позиции на ценность фигур и соотношение сил.

Перечень тем расчетно-практических заданий к Разделу 5:

1. **Выполнить задание на логическое мышление.** “Мат в 1 ход”, “Поставь мат в 1 ход не рокированному королю”.
2. **Выполнить задание на логическое мышление.** “Поставь детский мат” Белые или черные начинают и объявляют противнику мат в 1 ход.
3. **Выполнить задание на логическое мышление.** “Поймай ладью”, “Поймай ферзя”.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 6:

Обучение и совершенствование техники выполнения специальных упражнений для профилактики различных заболеваний: – нарушений опорно-двигательного аппарата; – желудочно-кишечного тракта и почек, – нарушений зрения, – нарушений слуха, – сердечно-сосудистой системы и ЦНС; – органов дыхания.

Перечень тем рефератов к Разделу 6:

1. Обучение и совершенствование техники выполнения специальных упражнений для профилактики различных заболеваний: (нарушений опорно-двигательного аппарата; желудочно-кишечного

тракта и почек, нарушений зрения, нарушений слуха, сердечно-сосудистой системы и ЦНС; органов дыхания.

2. Обучение комплексам упражнений по профилактике различных заболеваний (комплексы лечебной физической культуры (ЛФК)).
3. Формирование навыков правильного дыхания во время выполнения упражнений. Обучение дыхательным упражнениям (по методике йоги, бодифлекс, А. Стрельниковой, К. Бутейко и др.), направленные на активизацию дыхательной и сердечно-сосудистой системы.
4. Закаливание и его значение для организма человека (занятия на улице).
5. Гигиенические принципы и рекомендации к закаливанию. Методика закаливания солнцем, воздухом и водой.
6. Использование элементов оздоровительных систем на занятиях: йога, Пилатес, бодифлекс, стретчинг, адаптивная гимнастика по Бубновскому и др.
7. Обучение методам (общее расслабление под музыку, аутотренинг) снятия психоэмоционального напряжения.
8. Обучение методам проведения анализа психоэмоционального состояния организма с применением релаксационных методик.
9. Овладение методикой составления индивидуальных оздоровительных программ, с учетом отклонений в состоянии здоровья.
10. Овладение инструкторской практикой проведения комплексов профилактической гимнастики

Задания для самостоятельной работы к Разделу 7

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 7:

1. Техника скольжения на груди, толчка от бортика бассейна, попеременной работы рук и ног способом кроль на груди, техники вдоха и выдоха при спортивном плавании.
2. Упражнения для рук и плечевого пояса, для мышц туловища, мышц ног, упражнения в воде в не полной и полной координации движения, лежание на воде, брасс у неподвижной опоры.
3. Контроль владения навыками лежания на воде, скольжения на груди и на спине.
4. Освоение навыка дыхания в воде.
5.

Перечень тем рефератов к Разделу 7:

Расписать по 5 упражнений

1. Упражнения в воде с неподвижной опорой для обучения техники плавания кроль на груди
2. Упражнения в воде с подвижной опорой, направленные на продвижения в воде за счет ног
3. Упражнения в воде без опоры направленные на продвижения в воде за счет ног
4. Упражнения для изучения согласования движений ногами и дыхания
5. Упражнения в воде с неподвижной опорой, направленные на движения рук и согласование дыхания

Задания для самостоятельной работы к Разделу 8

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 8:

развитие основных физических качеств (силы, быстроты, выносливости, координации, гибкости)

Перечень тем домашних заданий к Разделу 8:

1. Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами и др.

2. Упражнения для воспитания силы: упражнения с отягощением, соответствующим собственному весу, весу партнера и его противодействию, с сопротивлением упругих предметов (эспандеры и резиновые амортизаторы), с отягощением (гантели, набивные мячи).
3. Упражнения для воспитания выносливости: упражнения или элементы с постепенным увеличением времени их выполнения.
4. Упражнения для воспитания быстроты. Совершенствование двигательных реакций повторным реагированием на различные (зрительные, звуковые, тактильные) сигналы.
5. Упражнения для воспитания гибкости. Методы развития гибкости: активные (простые, пружинящие, маховые), пассивные (с самозахватами или с помощью партнера).
6. Использование гимнастических упражнений, элементов йоги, Пилатеса, стретчинга.
7. Упражнения для воспитания ловкости. Методы воспитания ловкости. Использование подвижных, спортивных игр, гимнастических упражнений

Примерные комплексы упражнений по общей физической подготовке:

Комплекс упражнений в положении лежа для укрепления мышц спины:

1. И.п. - лежа на животе, подбородок на кистях рук. Поднять голову и плечи, руки на пояс (живот от пола не отрывать, Лопатки соединить), держать 3–4 секунды.
2. То же, но руки к плечам, за голову.
3. То же, но руки назад, в стороны.
4. То же, но руки вверх.
5. Поднять голову и плечи. Движение руками к плечам, в стороны, к плечам, И.п.
6. Поднять голову и плечи. Руки в стороны - сжимание и разжимание пальцев.
7. Поднять плечи и голову. Руки вверх - два хлопка, и.п.
8. То же, но руки в стороны - небольшие круговые движения в плечевых суставах.
9. Движения руками как при плавании способом брасс на груди.
10. Движение руками в стороны, к плечам, вверх. и.п.
11. Движения руками, имитация «бокса».
12. И.п. – то же. Движение руками вверх, за голову, вверх, и.п. Держать 4 счета в каждом положении.
13. И.п. - лежа на животе, руки вверх. Передача теннисного мяча, эстафетной палочки из рук в руки до конца шеренги. Все занимающиеся держат руки вверху до окончания передачи.
14. То же, но передача предмета слева направо.
15. И.п. - лежа на животе, руки под подбородком. Поочередное поднимание ноги вверх.
16. То же, но движения ногами как при плавании кролем на груди.
17. И.п. - то же. Поднимание обеих ног вверх.
18. И.п. - тоже. Поднять правую, присоединить левую, опустить правую, затем левую.
19. Поднять ноги, развести в стороны, соединить и опустить.
20. На гимнастической скамейке, лежа продольно на животе, движения ногами, как при плавании способом брасс на груди.
21. И.п. - то же, но движения руками и ногами.
22. И.п. - лежа на животе, руки согнуты, кисти под подбородком. Поднять левую руку вперед, а правую назад вдоль туловища, опустить голову и потянуться, проделать то же, меняя положение рук. Темп медленный.
23. «Лягушонок». И.п. - то же. Поднять голову вверх, руки к плечам ладонями вперед, сводя лопатки, прогнуться спину с небольшим подниманием груди от пола. Прогибая спину, отводить голову назад, избегать сильного прогиба в пояснице, темп медленный.
24. И.п. - лежа на животе, упор ладонями у плеч, голова опущена. Попеременное поднимание ног назад-вверх с прогибом спины и отклонением головы назад. Прогибаясь, не отрывать грудь от пола, темп средний.

Упражнения для укрепления мышц живота:

1 комплекс

1. И.п. - лежа на спине, руки вдоль туловища. Поочередное поднимание ног на 45º.
2. Согнуть обе ноги в коленях, разогнуть под углом 90º и опустить.
3. «Велосипед».
4. Движение ногами, как при плавании кроль на спине.
5. Одновременное поднимание и опускание прямых ног.
6. Согнуть обе ноги в коленях, выпрямить их под углом 45º, развести их в стороны и, опуская, соединить.
7. Движения ногами, как при плавании способом брасс на спине.
8. Поднимание и опускание прямых ног с разной скоростью.
9. Круговые движения ногами.
10. Поднимание и опускание ног в коленях с зажатым между коленями волейбольным или набивным мячом.
11. Руки вперед, ноги согнуть в коленях, головой коснуться колен.
12. И.п. - лежа на спине, руки вдоль туловища. Попеременное сгибание ног в коленных суставах. Спина прямая, прижата к полу, темп медленный.
13. И.п. - лежа на спине, руки за головой. Делать попеременные движения прямыми ногами вверх-вниз - «ножницы». Затылок и плечи плотно прижаты к полу, темп средний, 4–10 раз каждой ногой.
14. И.п. - лежа на спине, руки вдоль туловища. Поднимание прямых ног вверх. Носки вытянуты, темп медленный.
15. И.п. - лежа на спине, руки согнуты, ладони над головой. Поднимание прямых ног вверх, разведение их в стороны и опускание вниз в И.п. Локти плотно прижаты к полу, а ноги прямые, темп медленный, повторить.
16. И.п. - лежа на спине, руки вдоль туловища, ладони повернуты к полу.
17. Сесть, опираясь руками в пол, выпрямить спину, отвести прямые руки назад и вернуться в И.п. Ноги все время прямые, сидя, отводить голову назад, темп средний.

2 комплекс

1. Скручивание. Это упражнение для верхнего пресса выполняется в положении лежа, при этом нога согнута в колене, локти разведены в стороны, а руки находятся за шеей. Медленно поднимаем верхнюю часть туловища. Также медленно опускаемся в исходное положение. Поясница должна плотно прижиматься к полу на протяжении всего упражнения.
2. Диагональное скручивание. В этом упражнении для косых мышц пресса исходное положение будет таким же, как и в первом. Делать скручивание следует так, чтоб левым локтем касаться правого колена, а правым тянуться ко второй ноге. Выполнять такие упражнения для косых мышц пресса надо на каждую сторону по 10 раз в три подхода.
3. Обратное скручивание. Исходное положение – руки вдоль тела, лёжа на спине. Напрячь мышцы пресса и поднять ногу. При достижении наибольшего возможного напряжения брюшных мышц очень медленно возвратиться в исходное положение. 12 повторов в 3 подхода.
4. Двойное скручивание. И.п. Лежа на спине, ногу согнуть под углом 45 градусов в колене, а руки за голову. Поднять ногу и голову, медленно двигать их друг другу навстречу. Также медленно возвратиться в исходное положение. 15 раз в три подхода.
5. «Поднимаем ногу». Лежа на спине, ноги прямые, а руки находятся вдоль туловища. Поднять прямую ногу таким образом, чтобы с туловищем они составляли прямой угол.

3 комплекс.

И.п. лежа на спине, поясница, прижата к опоре (для всех упражнений).

1. Сгибать и разгибать ноги в коленном и тазобедренном суставах поочередно.

2. Согнуть обе ноги, разогнуть вперед, медленно опустить.
3. Поочередное сгибание и разгибание ног на весу «велосипед».
4. Руки за головой, поочередное поднимание прямых ног вперед.

Упражнения для формирования и закрепления правильной осанки.

1. Стоя, принять правильную осанку, касаясь стены (без плинтуса) или гимнастической стенки. При этом затылок, лопатки, ягодичная область, икры ног и пятки должны касаться стены.
2. Принять правильную осанку (1упр.). Отойти от стены на один шаг, сохраняя правильную осанку.
3. Принять правильную осанку у стены. Сделать 2 шага вперед, присесть, встать, вновь принять правильную осанку.
4. Принять правильную осанку у стены. Сделать один шаг вперед -два шага вперед, расслабить последовательно мышцы шеи, плечевого пояса, рук и туловища. Принять правильную осанку.
5. Стоя у гимнастической стенки, принять правильную осанку, приподняться на носки, удержаться в таком положении 3-4 сек. Вернуться в И.п.
6. То же упражнение, но без гимнастической стенки.
7. Принять правильную осанку, присесть, разводя колени в стороны и сохраняя прямое положение головы и позвоночника. Медленно встать и принять И.п.
8. Сидя на гимнастической скамейке у стены, принять правильную осанку (затылок, лопатки и ягодицы прижать к стене).
9. И.п.- как упр.8.расслабить мышцы шеи, наклонить голову, расслабить плечи, мышцы спины, вернуться в и.п.
10. И.п. – лежа на спине. Голова, туловище и ноги должны составлять прямую линию, руки прижаты к полу. Встать, принять правильную осанку, придавая поясничной области тоже положение, которое было принято в положение лежа.
11. И.п.- лежа на полу. Прижать поясничную область к полу. Встать, принять правильную осанку.
12. Принять правильную осанку в положение стоя. Ходьба по залу с остановками, с сохранением правильной осанки.
13. Стоя, правильная осанка, мешочек с песком на голове. Присесть, стараясь не уронить мешочек. Встать в И.п.
14. Ходьба с мешочком на голове с сохранением правильной осанки.
15. Ходьба с мешочком на голове с перешагиванием через препятствие (гимнастическую скамейку, скакалка), сохраняя и.п.
16. Ходьба с мешочком на голове с одновременным выполнением различных упражнений (ходьба в полуприседе, с высоким подниманием колен, и т. д.).

Упражнения на координацию движений

1. И. п.- стоя на ноге, руки свободно опущены вниз. Вдох: приподнимаем не здоровую ногу, одновременно руки сгибаются в локтях и кисти рук поднимаются на уровень груди. Выдох: руки разводятся в стороны.
2. И. п.- то же. Вдох: занимаем первую позицию предыдущего упражнения. Выдох: корпус наклоняется вперед, руки вытягиваются вперед.
3. Вдох: переход к прежней позиции (руки поставить на пол). Выдох: возвращение в исходное положение. Затем упражнение повторяется с противоположной стороны.
4. И. п.- то же. Выдох: руки производят круговое вращательное движение вправо-вверх-влево-вниз, а затем вместе с правой ногой отводятся вправо, при этом нога полностью выпрямляется в коленном суставе. Вдох: переход к прежней позиции. Выдох: возвращение в исходное положение. Затем упражнение выполняется с противоположной стороны.
5. И. п.- лечь на пол, поднять ногу и корпус вверх, упираясь руками в поясницу, а локти поставив на пол. Подержать это положение, медленно считая до десяти, затем опустить корпус на пол.

6. Сидя на стуле (спина прямая, шея выпрямлена, взгляд вперед), взяться руками за боковой край сиденья (обеими руками), ноги поднять параллельно полу и, удерживая их в таком положении сделать дыхательное упражнение.
7. Л. п.- стоя на ноге, руки разведены в стороны. Вдох: дыхание нижнее. На выдохе производим медленный наклон вперед, стараясь наклониться как можно ниже. Движение вниз заканчивается одновременно с выдохом. На вдохе - выпрямляемся и выходим в исходное положение.
8. И. п.- сидя. Взять рукой наружный край стопы, и, удерживая равновесие, сидя на ягодицах, отвести ногу в стороны, стараясь полностью разогнуть ногу в коленном суставе. При этом необходимо стараться не заваливаться назад.
9. Упражнение выполняется от 3–4 до 10–12 раз, удерживая равновесие от 2–3 секунд до 10-15 секунд. Тип дыхания - нижнее.
10. И. п.- сидя и опираясь ногой и рукой об пол. Отрываем ягодицы от пола, оставаясь на трех точках опоры, и удерживаем равновесие.

Упражнения для мышц ног.

1. Ходьба с перешагиванием линий, расположенных на разном расстоянии друг от друга.
2. Ходьба по прямой с перешагиванием через кегли, набивные мячи, гимнастическую скамейку и т. п.
3.

А) Ходьба по полоске (узкой линии), приставляя носок к пятке впереди стоящей ноги.

Б) Ходьба боком, приставными шагами, ставя носок стопы на край линии.

4. По команде: «Длинные ноги идут по дороге» ходьба на носках, высоко поднимая прямые ноги; по команде: «Короткие ножки идут по дорожке ходьба в полуприседе.
5. Ходьба с хлопками на каждый четвертый счет. Вслух произносится: «Раз, два, три, хлоп!». Первый раз хлопок над головой, второй - перед собой, третий - за спиной.
6.

А) Ходьба со сменой на правления между стойками, кеглями, набивными мячами.

Б) То же вдвоем, держась за руки.

7. Ходьба по кругу, взявшись за руки, со сменой направления, собираясь в центр, расходясь в большой круг на вытянутые руки.
8. Ходьба в колонне, положив правую (левую, обе) руку на плечо впереди идущего.
9. Ходьба с гимнастической палкой, хватом двумя руками за плечами (на носках, на пятках), сохраняя правильную осанку.
10. Ходьба с мешочком- ком песка на голове.
11. Ходьба скользящим шагом, крадучись, неслышно, как кошка, в такт, делая движения руками, сгибая и разгибая пальцы, выпуская «когти».
12. Ходьба на месте, высоко поднимая колени со сменой темпа: медленно – быстро.
13.

А) Ходьба по гимнастической скамейке, бревну с остановками, поворотами, движениями рук (с помощью, со страховкой, самостоятельно).

Б) Ходьба по наклонной доске (или скамейке), расправив плечи, руки в стороны.

14. Ходьба с предметами в руках (мячи, шарики, флажки, ленточки с заданиями:

А) На каждый шаг руки вперед, в стороны, вверх.

Б) Круговые движения кистями.

В) Круговые движения в плечевых суставах.

Г) передача предмета из правой руки в левую впереди себя, из левой в правую- за спиной.

15. Ходьба спиной вперед.
16. Ходьба с закрытыми и открытыми глазами.

А) 5 шагов с открытыми глазами, 5 шагов с закрытыми глазами (считать вслух).

Б) Открывать глаза по команде «светло» закрывать - по команде «темно».

В) Ходьба с закрытыми глазами к источнику звука (колокольчик, свисток).

17.

А) Ходьба на носках, на пятках, на наружной стороне стопы, поджав пальцы; перекатом с пятки на носок.

Б) Ходьба по массажной дорожке, босиком.

В) Ходьба босиком по траве, песку, гравию.

18. Ходьба с остановками по сигналу. По сигналу «Раз» - остановка, по сигналу «Раз-два» - поворот кругом.
19. Ходьба с регулированием темпа громкостью команд (или музыки). При команде шепотом или тихой музыке - медленная ходьба на носках, движение рук изображает волны; при средней громкости - быстрая ходьба с сильными волнами; при громкой - переход на бег.
20. Ходьба с притопыванием в заданном ритме и соответствующем проговариванием звуков «Та-та-та».
21. Ходьба одной ногой по гимнастической скамейке. другой - по полу.

А) Ходьба вдоль по канату, руки в стороны.

Б) Ходьба по канату боком приставными шагами, руки в стороны.

22. В парах - ходьба по гимнастической скамейке навстречу друг другу, руки за голову. При встрече разойтись, удержавшись на скамейке и сохранив правильную осанку.

Упражнения для развития мелкой моторики рук.

С малыми мячами (резиновый, теннисный и др.)

1. Перекладывание, перебрасывание мяча из одной руки в другую.
2. Подбрасывание мяча двумя руками перед собой, ловля двумя.
3. Подбрасывание мяча перед собой правой (левой) и ловля двумя.
4. Подбрасывание мяча правой, ловля левой и наоборот с постепенным увеличением высоты полета
5. Высокое подбрасывание мяча вверх и перед ловлей, выполнение различных движений (хлопков спереди, сзади, под коленом), поворотов направо, налево, кругом
6. Удары мяча об пол и ловля его двумя руками.
7. То же, но ловля правой (левой) рукой
8. Удары мяча о стену одной рукой и ловля двумя.
9. То же с дополнительным движением перед ловлей мяча: хлопок спереди, сзади, под коленом, поворот кругом.
10. Круговые движения кистями вправо и влево с теннисными мячами в обеих руках.
11. Поочередное подбрасывание мячей и ловля правой, затем левой.
12. Одновременное подбрасывание 2-х мячей и ловля двумя руками после удара мячей об пол.
13. Поочередные удары разными мячами об пол и ловля двумя (мячи для настольного тенниса, каучуковый, резиновый, теннисный).
14. Удары разными мячами о стену.
15. Подбрасывание и перекидывание мячей из одной руки в другую.
16. Подбрасывание правой и ловля правой
17. Подбрасывание левой и ловля левой.
18. Броски мяча в цель с близкого расстояния.
19. Метание в горизонтальную цель (обруч) с дистанций 4–6 м.
20. Метание в цель тремя мячами (пластмассовым, резиновым и теннисным), разными по весу и материалу.
21. То же, но в вертикальную цель (мишень, обруч), расположенную на стене на уровне глаз.

Упражнения на расслабление 1.

1. «Плети». И.п. - стойка произвольная, махи расслабленных рук вправо и влево, как «плети», при небольшой ротации позвоночника
2. «Покажи силу». И.п. – основная стойка, ноги на ширине плеч:

1 - руки в стороны;
2 - руки к плечам, кисти в кулак;
3-4 - максимально напрячь мышцы рук;
1-4 - расслабить мышцы рук – «стряхнуть воду» с пальцев рук

3. «Бабочка». Бег на носках мелкими шагами со взмахом рук по большой амплитуде, как машут крыльями бабочки.
1. «Вертолет». То же, но движения асимметричные: правая вверх – в сторону, левая - вниз - в сторону (со сменой положения).

4. «Балерина». И.п. - основная стойка;

1-2 - встать на носки, руки вверх - наружу, потянуться за руками;
3-4 - дугами в стороны - вниз, расслабленно скрестить руки на груди, голову наклонить вниз.

5. «Обними себя». И.п. – основная стойка;

1 - руки в стороны, вдох;
2-3 - крепко обнять себя за плечи, напрячь мышцы рук, выдох;
4 - руки вниз, расслабленно.

6. «Удивились». И.п. - основная стойка;

1 - поднять плечи, вдох;
2 - опустить плечи, выдох;
3 - поднять плечи, развести руки, вдох;
4 - опустить плечи, и.п., выдох.

Темп медленный. После 6-8 повторений расслабить мышцы плечевого пояса.

7. И.п. - стойка ноги врозь, набивной мяч (1-2 кг) в руках внизу;

1 - руки вверх, прогнуться, посмотреть на мяч, вдох;
2 - в И.п., выдох;
3 - наклоны вперед, прямые руки вперед, посмотреть на мяч, вдох;
4 - и.п., выдох.

Темп медленный. После 5-6 повторений положить мяч, опустить плечи, встряхнуть руки

Дыхательные упражнения.

1. Лежа на спине, ноги согнуты в коленях, правая рука на груди, левая - на животе - глубокое медленное дыхание через нос
2. Лежа на спине, руки вдоль туловища - глубокий вдох через нос (вдохнули «запах цветка»), медленный выдох через нос
3. Лежа на спине, руки вдоль туловища, ноги согнуты в коленях - глубокий вдох и выдох
4. То же, с заданным ритмом дыхания: вдох на 3 счета, выдох - на 4 («сдунули одуванчик»)
5. Стоя, руки на пояс - глубокий вдох через нос и выдох через рот, губы трубочкой («погасили свечу»)
6. Сидя на полу, согнув колени, локти упираются в живот, открытые ладони перед собой - глубокий вдох и (длинный выдох «подули на молоко»)
7. Лежа на спине, поднимание рук вверх - вдох, опускание - выдох
8. Сидя на стуле, положив набивной мяч (2 кг) на живот и удерживая его руками, - глубокий вдох, медленный выдох, рот трубочкой.

9. Сидя на стуле, развести руки в стороны - глубокий вдох, на выдохе - наклон вперед, доставая руками носки ног
10. Стоя, руки перед грудью, после глубокого вдоха - на выдохе пружинящие отведения назад рук, согнутых в локтях
11. «Дровосек». Ноги на ширине плеч, руки в замок - глубокий вдох - поднять руки, на выдохе с наклоном резко опустить руки, произнося «У-У-УХ»
12. «Лягушка». Прыжки на двух ногах, продвигаясь вперед с взмахом рук. На взмахе глубокий вдох, во время прыжка - сильный выдох с произнесением звуков КВА
13. Ходьба, руки на поясе с различными вариантами дыхания: на 3 шага - вдох, на 3 шага - выдох; на 4 шага - вдох, на 4 шага - выдох; на 2 шага - вдох, на 3 шага - выдох; на 3 шага - вдох, на 5 шагов - выдох и др.
14. Бег с акцентированным вниманием на дыхание: а) после сильного вдоха через нос, не задерживая дыхания, постепенный выдох на каждый шаг, на четвертом - полный выдох через рот с произнесением звуков «ф-фу»; б) на 4 шага постепенный вдох, на 4 шага - постепенный выдох; в) на 2 шага - вдох, на 4 шага – выдох.
15. Бег с произвольным дыханием, ускорениями, остановками, прыжками и т.п.
16. Бег с ходьбой по дорожкам парка, по пересеченной местности с регулированием частоты и глубины дыхания
17. То же, при передвижении в подвижных и спортивных играх

Задания для самостоятельной работы к Разделу 9

обучение и совершенствование технике толчка, подрезки, наката, топ-спина, блока, контр-удара. Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа. Изучение удара слева толчком, подача слева толчком, удар справа/слева крученый по высокому и полувысокому мячу, удар слева/справа крученый, наводящий (накат), подача слева/справа крученая, крученая свеча справа/слева.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 9:

1. Обучение и совершенствование технике толчка, подрезки, наката, топ-спина, блока, контр-удара.
2. Изучение основных технических приемов, удара слева, удара справа.
3. Изучение удара слева толчком, подача слева толчком, удар справа/слева крученый по высокому и полувысокому мячу, удар слева/справа крученый, наводящий (накат), подача слева/справа крученая, крученая свеча справа/слева.

Подготовка к выполнению контрольных нормативов

№	Наименование технического приема	Количество ударов в серию	Оценка выполнения
1	Накат справа (слева) по диагонали	20 и более От 15 до 20	Хорошо удовлетворительно
2	Сочетание наката справа и слева в правый (левый) угол	20 и более От 15 до 20	Хорошо удовлетворительно
3	Откидка слева со всего стола (количество ошибок за 3 мин.)	5 и менее от 5 до 8	Хорошо удовлетворительно
4	Сочетание откидок справа и слева (количество ошибок за 3 мин.)	5 и менее от 5 до 8	Хорошо удовлетворительно
5	Подачи справа (слева) накатом	8 6	Хорошо удовлетворительно
6	Подачи справа (слева) откидкой (подрезкой)	9 7	Хорошо удовлетворительно

Количество попаданий в серии из 10 подач

П.2.4. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Легкая атлетика

Оздоровительная ходьба

Недостаточная двигательная активность приводит к снижению функциональных возможностей людей и ослаблению сопротивляемости организма.

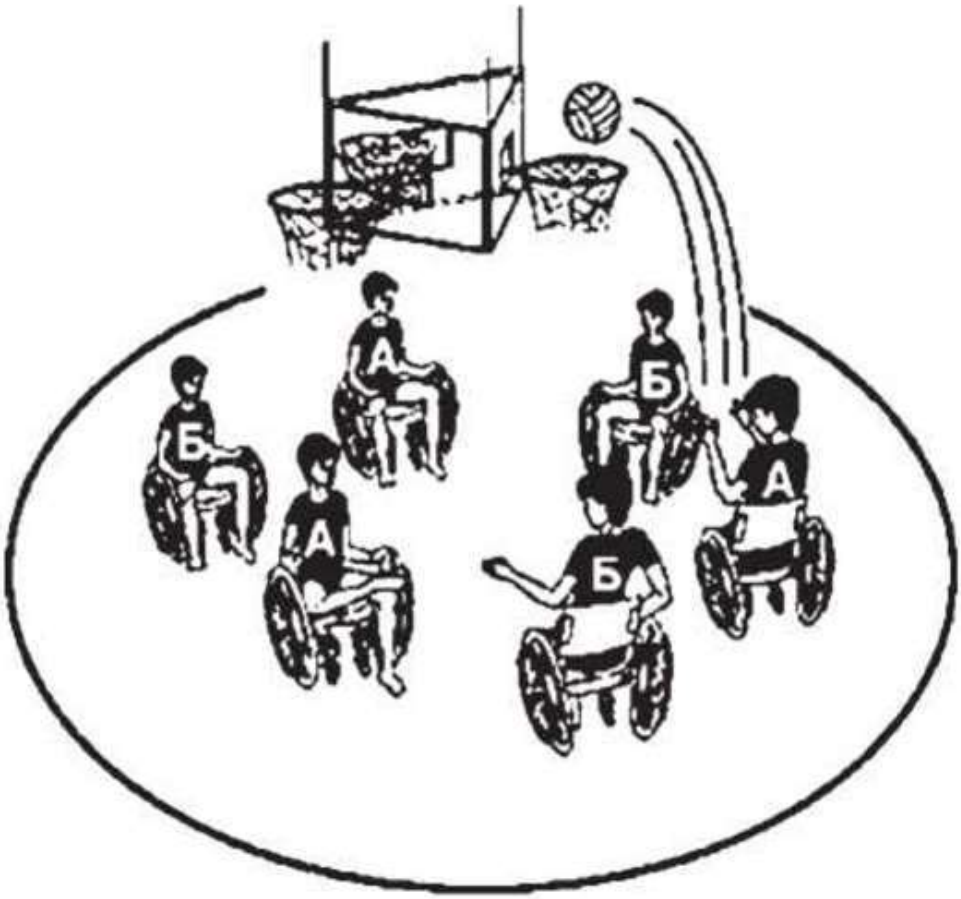
Для поддержания хорошего самочувствия и обеспечения оздоровительного эффекта в физической культуре широко используется оздоровительная ходьба

Для нормального функционирования человеческого организма и сохранения здоровья необходима определенная доза двигательной активности.

Оздоровительная ходьба - оптимальное начало здорового образа жизни.

Оздоровительная ходьба – самый простой, доступный и бесплатный способ укрепить своё здоровье. Она идеально подходит для всех возрастов и не имеет противопоказаний.

РАЗДЕЛ 2. **Занятия избранным видом адаптивного спорта**


А
Б
А
Б
Б
А

РАЗДЕЛ 3. Оздоровительные игры

Гигиена, закаливание и режим при занятиях дартс

Общие сведения о гигиене и санитарии. Уход за телом (кожей), полостью рта, зубами. Гигиенические требования к спортивной одежде и обуви. Значение правильного режима дня. Значение и основные правила закаливания.

Основы техники дартс

Элементы техники дартс. Виды позиций для броска. Хватка дротика. Работа руки при броске. Значение однообразия действий, самопроверка. Ошибки, допускаемые при броске.

Правила игр

Правила игр: «3+9», «Набор очков», «Большой раунд», «Быстрый раунд», «Крикет», «101», «301», «501», «Раунд по удвоениям».

Правила соревнований

Значение спортивных соревнований. Требования, предъявляемые к организации и проведению соревнований. Виды соревнований. Характер соревнований. Положение о соревнованиях. Программа соревнований. Состав судейской коллегии и обязанности судей. Понятие о лэгах и сетах. Подсчет очков в играх «501» и «301». Определение победителя. Правила соревнований.

Шашки для слепых и слабовидящих

Современное название игры «шашки» (checkers) появилось от слова, обозначающего шахматную доску — «checkered» — что в переводе означает «клетчатый».

Шашки — игра на 64- (русские шашки) или 100-клеточной (международные шашки) доске для двух партнеров, у каждого по 12 (русские шашки) или по 20 (международные шашки) фишек, также называемых шашками.

Интеллектуальная игра «Шашки» является одним из наиболее распространенных видов спорта во всем мире. Этой старинной, подлинно народной игре, посвящают свой досуг миллионы людей различных возрастов и профессий. Игра в шашки вырабатывает объективность мышления, тренирует память, воспитывает настойчивость, смекалку, трудолюбие, целеустремленность, точный расчет, формирует характер, зарождает в человеке творческое начало. Игра в шашки помогает человеку быстрее адаптироваться к окружающему миру. Эта игра развивает память и усидчивость, способность предвидеть и находить нестандартные решения.

При обучении слепых и слабовидящих игре в шашки и правилам участия их в соревнованиях по интеллектуальным видам спорта используются специальные адаптированные доски для игры, фигуры с тактильными обозначениями цвета. Черные поля на шашечной доске приподняты по отношению к белым так, что каждая шашка находится как бы в ячейке. Это позволяет незрячим свободно обследовать положение шашек на доске, не боясь их сдвинуть. Белые шашки от черных на ощупь отличаются. Поверхность черных снабжена выпуклым ободом, в результате чего в центре образуется маленький гладкий круг. Шашки белого цвета никакого ободка не имеют, и на ощупь их поверхность воспринимается как гладкий круг. Такие шашки позволяют слепому играть с любым партнером.

РАЗДЕЛ 4. Подвижные игры и эстафеты

Ходы шахматных фигур

Шахматная нотация

Для того чтобы играть в шахматы, необходимо знать, как передвигаются фигуры по шахматной доске. В начале игры всего на шахматной доске 32 фигуры. У каждого игрока по 16:

1 король

1 ферзь

2 ладьи

2 коня

2 слона

8 пешек

Как правильно записывать шахматные ходы?

Для записи передвижений фигур по шахматной доске используют шахматную нотацию, придуманную в Арабском халифате. Записывая ход фигуры, ее название сокращают до одной заглавной буквы: ладья обозначается буквой «Л», слон — «С», ферзь — «Ф». Название двух фигур начинается на букву «К» (конь и король), поэтому только одна заглавная буква «К» обозначает коня, а король записывается при помощи двух букв — «Кр». Далее записывается название поля, на котором стояла эта фигура. Через дефис — название поля, куда она сделала ход. Например, король стоял на поле «а2» и пошел на поле «а3». На шахматной нотации этот ход будет записан так: Кра2-а3. Можно использовать так называемую короткую шахматную нотацию и не записывать название поля, на котором фигура стояла, а сразу писать, куда она пошла. Тогда рассмотренный ход королем будет записан как Кра3.

Движение пешек на шахматной доске обозначается только при помощи названий шахматных полей: e2-e4 (это обозначает, что пешка с поля «e2» пошла на поле «e4»).

Давайте потренируемся. Запишите шахматной нотацией передвижения шахматных фигур, показанные на диаграмме 1.

Диаграмма 1

Ладья

В начале игры у каждого из игроков есть 2 ладьи. Ходит эта фигура по прямым линиям (по вертикали или по

НАЧАЛО

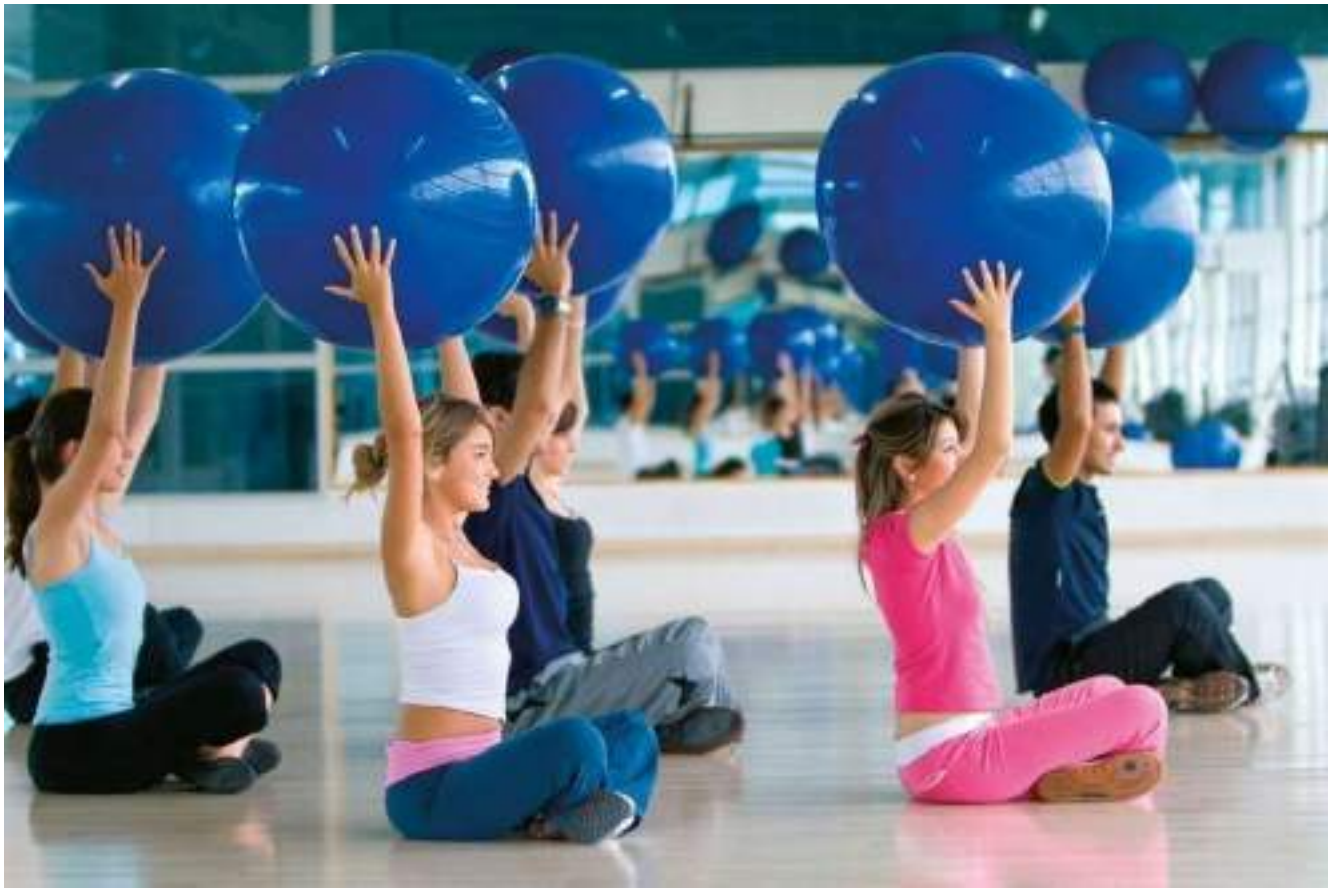
ферзь любит свой цвет

чёрные линия 7, 8

белые линия 1, 2

Начальная позиция: по 8 пешек, две ладьи по краям, затем два коня и два слона. По центру ферзь и король.

РАЗДЕЛ 6. Оздоровительная гимнастика.



РАЗДЕЛ 7. Плавание.

Формы двигательной активности в плавании

Нагрузки **кондиционного плавания** заметно превышают нагрузки, применяемые в оздоровительной тренировке, поэтому они используются для достижения более высокого уровня плавательной подготовленности. К кондиционному плаванию можно отнести и поддержание спортивного долголетия (плавание для «ветеранов»)	**Лечебное (реабилитационное) плавание** отличается от оздоровительного контингентом занимающихся. Им занимаются люди имеющие ухудшение в состоянии здоровья, которое можно исправить с помощью специально подобранных средств используемых в водной среде.	Основными задачами **оздоровительного плавания** являются достижение и поддержание желаемого уровня здоровья, профилактика заболеваний	**Рекреативное плавание** направлено на улучшение физического и психоэмоционального состояния людей. Во время активного отдыха, развлечений и досуга используются средства плавания и купания. Обычно используются самостоятельные занятия нерегулярного характера.	Задачей **спортивной тренировки** (в спорте высших достижений) является демонстрация наивысшего индивидуально доступного результата, требующая многолетних напряженных тренировок.	**Адаптивное плавание** - обучение плаванию лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалиды), совершенствование двигательных способностейи плавательной подготовленности.

РАЗДЕЛ 8. Общая физическая подготовка (оздоровительные формы и виды)

Технология высшего инклюзивного образования инвалидов

Цель - обеспечение такого функционирования ВУЗа, которое создает для всех студентов-инвалидов (независимо от вида и тяжести их инвалидности) равные с остальными студентами возможности доступа к образовательным программам и услугам ВУЗа, а также воспитание у студентов-инвалидов навыков самостоятельного принятия решений, необходимых для их персонального и профессионального развития.

Средства, формы и методики ЛФК

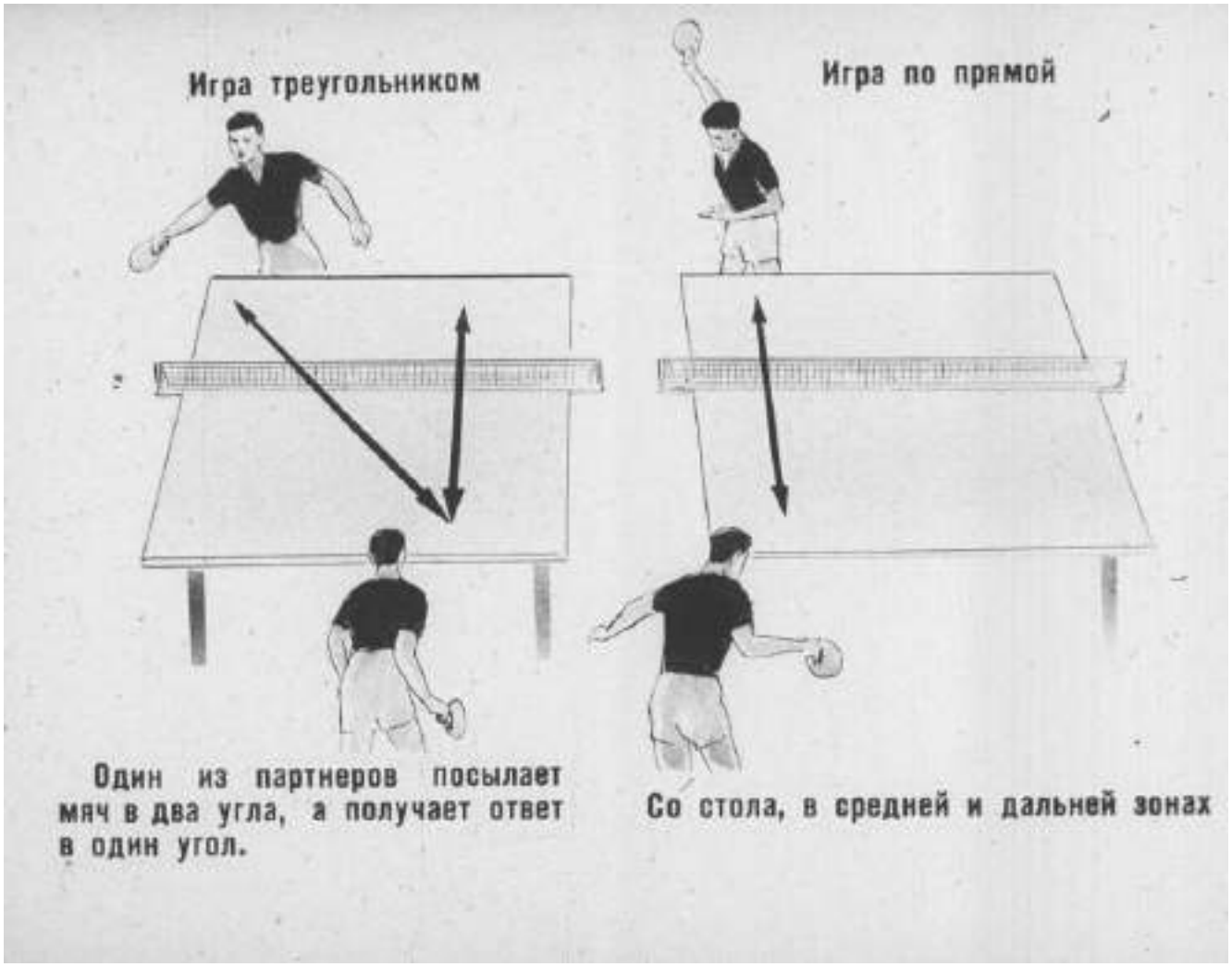
- Основное средство ЛФК — физические упражнения, применяемые в соответствии с задачами лечения, с учетом этиологии, патогенеза, клинических особенностей, функционального состояния организма, общей физической работоспособности.
- Форма лечебной физической культуры — это та организационная форма, в рамках которой применяются средства лечебной физкультуры и осуществляются методы ЛФК.
- Методы (методики) ЛФК по сути, являются задачами ЛФК. В наименовании методики ЛФК указывают то заболевание или патологической состояние, при котором этот метод применяется. Например, «ЛФК при артрозе тазобедренного сустава в форме индивидуальных занятий утренней гимнастикой» или «ЛФК при хронической ишемической болезни сердца в форме группового занятия ЛФК», или «Обучение ходьбе с опорой на трость в форме индивидуального занятия ЛФК».

Формирование координационных способностей
Способность к реагированию это способность быстро и точно начать движения соответственно определенному сигналу.
Классификации координационных способностей
Способность к равновесию – это сохранение устойчивого положения тела в условиях разнообразных движений и поз. Различают статическое и динамическое равновесие.
Способность к дифференцированию – это способность к достижению высокой точности и экономичности отдельных частей и фаз движения, а также движения в целом.
Ориентационная способность – это способность к определению и изменению положения тела в пространстве и во времени, особенно с учетом изменяющихся ситуации или движущегося объекта.
Ритмическая способность – это способность определять и реализовывать характерные динамические изменения в процессе двигательного акта.

РАЗДЕЛ 9. Настольный теннис.

ПРАВИЛА ИГРЫ

- Определения
- В правилах настольного тенниса есть следующие определения:
- «Розыгрыш» — период времени, когда мяч находится в игре
- «Мяч в игре» считается с последнего момента нахождения его на неподвижной ладони свободной кисти перед намеренным подбрасыванием его в подаче до тех пор, пока не будет решено, что розыгрыш следует переиграть или он завершён присуждением очка
- «Переигровка» — розыгрыш, результат которого не засчитан
- «Очко» — розыгрыш, результат которого засчитан
- Игрок «ударяет» мяч, если он касается мяча в игре своей ракеткой, держа её в руке, или своей рукой с ракеткой ниже запястья
- «Подающий» — игрок, который должен первым ударить по мячу в розыгрыше
- «Принимающий» — игрок, который должен вторым ударить по мячу в розыгрыше


Игра треугольником
Игра по прямой
Один из партнеров посылает мяч в два угла, а получает ответ в один угол.
Со стола, в средней и дальней зонах

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) СОЦИОЛОГИЯ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятии - Тема 1.1. **Теоретико-методологические предпосылки становления социологии как науки. Развитие социологической мысли в России. Развитие классической социологии в Западной Европе. Развитие американской социологии. Современная социологическая теория: основные школы.**

Цель занятия - освятить предысторию развития социологии как науки. научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по истории социологической теории

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Описать теоретико-методологические предпосылки ста-	Интерактивная лекция с мультиме-

	новления социологии как науки	дийным сопровождением
2	Развитие социологической мысли в России.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Развитие классической социологии в Западной Европе	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Развитие американской социологии.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Современная социологическая теория: основные школы.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Тема лекционного занятия. Тема 1.1. Теоретико-методологические предпосылки становления социологии как науки. Развитие социологической мысли в России. Развитие классической социологии в Западной Европе. Развитие американской социологии. Современная социологическая теория: основные школы

Текст лекции.

Предпосылками или предварительными условиями генезиса социологии в России является определенная степень общественного развития, которая начинает вызывать объективную потребность в ее теоретическом осмыслении и эмпирическом исследовании. Такими предпосылками в ранний период становления капитализма и были соответствующего уровня духовные, экономические, социальные и политические отношения.

Духовной предтечей возникновения отечественной социологии явилось достаточно зрелое состояние социального знания. Собственно рождению социальной мысли как светского знания способствовали уже реформы Петра I, благодаря которым появилась сама возможность для развития в Российском государстве мирских знаний, науки. В этот период возникла стержневая проблема размышлений того и последующего времени - определение дальнейшего пути развития России. Петр I пытался внедрить европейские социальные формы в русскую жизнь, не учитывая особенности ее уклада, менталитета россиян и их психического склада. Это стало основой противоречий всего дальнейшего развития России, а также социально-философских поисков русских мыслителей.

Процессы, которые происходили в первую очередь в экономической сфере и потребовавшие в связи с этим знания об обществе как целостной взаимосвязанной системе, стали основной причиной возникновения социологии в России. Социология этого периода теоретически выражала в различной форме требования буржуазного изменения, реформирования существующих в России порядков. Поэтому ее появление в России после реформы 1861 г. является не случайным, а вполне закономерным, так как в это время начался интенсивный переход от феодального общества к капиталистическому, с его процессами индустриализации и урбанизации, изменением структуры общества, делающий невозможным и устаревшие идеи и идеалы дореформенного времени.

Стимулирующим фактором для развития социологии в России оказалось усложнение социальной структуры русского общества. Произошел бурный рост городских сословий, которые до реформы были совсем незаметны на фоне крестьянства и дворянства. Развитие капитализма также привело к увеличению и усложнению состава городского населения, появилась масса новых профессий, возросла мобильность населения, что приводило к ломке старых культурных стандартов.

Все эти изменения способствовали усилению интереса разных слоев русского общества к социальным проблемам. Русские интеллигенты стремились помочь угнетенному народу. Ответом на вопрос: «Что считать наиболее важным для блага народа?» стали главные теоретические достижения социологической мысли в России.

В середине XIX века русское общество стояло перед необходимостью коренных изменений в политической и экономической сферах. Потребность в этом осталась и после реформ 60-х годовXIX в. — отмены крепостного права, реформы земств и судебной реформы, так как все проведенные реформы, кроме последней, были непоследовательны, нерешительны и компро-

миссны. Россия по-прежнему оставалась сословным бюрократически-дворянским государством. Она не стала, как этого желали многие, ни демократической, ни конституционной страной. Поэтому произошло колоссальное оживление общественной жизни. В России в 60—70-е годы XIX в. впервые в истории на общественно политическую сцену выступило общественное мнение. Одни призывали к продолжению реформ, к их радикализации, а другие — к восстанию и слому всей системы вообще. С этого времени в России стало открыто звучать требование широкой общественности о необходимости прогресса общества.

Во второй половине XIX в. Россия стремительно переходила на рельсы новой, индустриальной цивилизации, что привело к обострению старых и выявлению массы новых социальных проблем. С помощью старой социальной философии эти проблемы решить было невозможно. Возникла необходимость в появлении нового более точного знания. И вызванная реальной обстановкой того времени интеллектуальная потребность в ориентации на научно-рационалистическое объяснение социальных процессов в их связи с общественным целым, желание точного понимания жизни привели к развитию социологии в России в традициях позитивизма. Русские социологи-позитивисты нашли признание и известность во всем мире.

Первым позитивистом в России был В.Н. Майков. Он первым четко заговорил о необходимости создания новой науки в России, опубликовав в 1845 г. статью "Общественные науки в России". Содержание статьи показывает, что идеи О.Конта оказали определенное влияние на В.Н.Майкова. При изложении своих мыслей он дает конкретную ссылку на четвертый том основного труда О.Конта «Курс позитивной философии».

Но цензурные условия, созданные в России после революции в 1848 г. во Франции, стали существенной помехой дальнейшему распространению идей О.Конта. Революция 1848 года в Западной Европе очень напугала русское правительство и стала причиной усиления надзора за преподаванием гуманитарных наук, запрета выписки заграничных изданий без предварительного цензурного рассмотрения, отмены командировок русских ученых в Европу, а также изъятия из государственных библиотек сочинений О.Конта. Поэтому после событий 1848 г., имя О.Конта и название его учения на долгий период времени исчезают со страниц российской прессы. Только в первые годы царствования Александра II наступили времена относительной свободы для печати и распространения западно-европейских идей.

Начало специализированной социологической литературе в России положили вышедшие в конце 60-х - начале 70-х гг. XIX в. социологические работы, написанные П.Л.Лавровыми Н.К.Михайловским. С конца 70-х гг. XIX в. в печати начали появляться достаточно серьезные обзоры российских авторов (как союзников, так и противников) об О.Конте и его творчестве. Позитивное учение проникало в российскую среду и через естественнонаучную литературу, так как многие ученые-естествоиспытатели были приверженцами позитивистской доктрины.

Распространение в России европейских социологических теорий происходило медленно и трудно, сталкиваясь с официальными запретами, но попадало в благоприятную среду восприятия и порождало такой интеллектуальный отзвук, который способствовал затем быстрому выходу отечественной социологии на уровень мирового развития данной отрасли знания.

Следует отметить, что существуют как общие, характерные и для Запада, и для России условия появления социологии, так и специфические, свойственные только нашей стране, что, естественно, привело к особенностям становления и развития российской социологии.

Социально-политические условия и теоретические предпосылки, сыгравшие важнейшую роль в возникновении социологии как науки в России:

реформы Петра 1; восстание декабристов; реформы 1861 г.; развитие капитализма; появление новых социальных классов и слоев; зарождение рабочего движения; сохранение пережитков крепостного права; влияние западных идей на российскую научную мысль; традиции отечественной общественной мысли; развитие естествознания; увеличение и расширение масштабов эмпирических исследований социальных проблем русского общества того времени (становление и развитие земской статистики, “нравственной статистики” и т.д.).

Историческое своеобразие вызревания предпосылок социологии в России обусловило и важнейшие особенности ее генезиса. Российская социология представляет собой часть общемировой социологии, но специфическую часть. Российская социологическая мысль XIX - нача-

ла XX вв. отличалась от западной, своим историческим и культурным своеобразием. Она была тесно связана с гуманистическими идеалами российской философии, всего социального знания. Это стало основанием появления специфического направления - русской идеи в социологии, яркими представителями которой были Н.Я.Данилевский, К.Н.Леонтьев и ряд других исследователей.

Особенность развития социологии в России заключалась и в том, что на начальном этапе ее становления в основном ей была свойственна односторонняя связь с социологической наукой Запада. В 1897 г. Н.И. Кареев сожалел о том, что русская социологическая литература все еще оставалась почти совершенно неизвестной на Западе. В основном только благодаря личному общению на Западе узнавали о научной жизни в России.

Русские социологи имели возможность ознакомиться с достижениями европейской мысли, так как все основные работы известных западных социологов, несмотря на цензуру, переводились на русский язык и издавались в России с серьезными научными комментариями. На формирование социологической мысли в России большое влияние оказали идеи многих западных ученых: французских просветителей - Ш.Монтескьё, М.Вольтера, Д.Дидро, А.Сен-Симона; ученых-естествоиспытателей - Ч.Дарвина, Т.Шванна, М. Шлейдена; английских экономистов - А.Смита, Д.Рикардо и западных социологов - О.Конта, Г.Спенсера, Э.Дюркгейма, К.Маркса.

Западные ученые оказали большое влияние на становление социологии в России. Можно отметить два основных течения, в русле которых в основном и шло развитие социологии в России - это позитивизм (О.Конт) и марксистская социология (К.Маркс). Первое возникает в России в 60-е годы, а второе - только в середине последнего десятилетия XIX в. До начала XX в. они сосуществовали достаточно мирно, и только после Октябрьской революции между ними началась борьба, закончившаяся, по официальным меркам, полной победой марксистской социологии в России. Таким образом, можно отметить, что критическое восприятие идей западных мыслителей - одна из отличительных черт российских мыслителей.

Однако несмотря на то, что на развитие социологии в России повлияли различные течения западной социологии, она все же выдвинула ряд собственных оригинальных самобытных теорий, которые во многом были обусловлены своеобразием развития российского общества. В ряде случаев русские социологи шагнули дальше европейских предшественников, некоторые идеи были высказаны нашими социологами раньше западных мыслителей, то есть часто они предугадывали то, что позднее разрабатывали западные социологи.

Таким образом, к особенностям возникновения и развития социологии в России относятся: тесная связь российской социологической мысли с гуманистическими идеалами российской философии; односторонняя, на начальном этапе ее становления, связь с социологической наукой Запада; критическое восприятие идей западных мыслителей; выдвижение ряда собственных оригинальных самобытных теорий.

Развитие социологии в России происходило в двух основных формах: публицистической и академической (т.е. университетской), причем зарождение российской социологии было начато именно в рамках публицистической формы; становление и развитие академической (университетской) социологии на Западе и в России шло по-разному - на Западе социология становится университетской наукой значительно раньше, чем в России. Социологические общества на Западе начали создаваться гораздо раньше, чем в России; специализированные социологические журналы начали появляться на Западе также намного раньше, чем в России. Отечественной социологии была свойственна (и продолжает быть свойственной до настоящего времени) политическая ангажированность, критическое и оппозиционное отношение к существующей власти и попытки оптимального конструирования будущего общества, что не могло не вызывать ответных мер со стороны правительства в виде репрессивных цензурных преград, закрытий и запретов на преподавание, что и привело в конечном счете к делению развития и институционализации социологии в России на два больших периода, между которыми имел место почти тридцатилетний период ее относительного запрета.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1 Произведите анализ исторических предпосылок выделения социологии в отдельную научную дисциплину.

2 Раскройте содержание социально-политических концепций 18 века. Перечислите социально-экономические и политические условия появления мировой социологической науки.

3 Назовите основные этапы становления и особенности мировой социологии.

4 Произведите анализ исторических предпосылок появления социологии в России.

5 Раскройте содержание социально-политических концепций 18 века. Какие из них повлияли в большей степени на появление социологии в России?

6 Назовите основные этапы становления и особенности российской социологии.

7 Расскажите о научных течениях в рамках российской социологии.

8 Каких представителей классической социологии Вы знаете?

9 Выполните сравнительную характеристику концепций О. Конта и Г. Спенсера.

10 Произведите анализ теоретических трудов М. Вебера. Выявите основные черты его научных воззрений.

11 Назовите основных представителей современных социологических теорий.

Тема лекционного занятия - Тема 1.2. Объект и предмет социологии как науки. Место социологии в системе научного знания. Основные категории социологической науки. Функции и законы социологии

Цель занятия - дать студентам представление об объекте, предмете социологии, основных категориях социологии

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Объект и предмет социологии как науки	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Место социологии в системе научного знания.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Основные категории социологической науки	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Функции и законы социологии	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Тема лекционного занятия. Тема 1.2. Объект и предмет социологии как науки. Место социологии в системе научного знания. Основные категории социологической науки. Функции и законы социологии

Текст лекции.

Объектом социологии, как вытекает из самого ее названия, является общество. Однако общество изучают и другие науки: история, политология, демография, социальная психология и т.д. Специфика социологии проявляется лишь в том случае, если из всего комплекса общественных явлений выделяется такой их слой, который непосредственно связан с миром человеческих отношений и тех структурных элементов, из которых складывается общество как целостная социальная система. Поэтому объектом исследования социологической науки является не только общество в целом, его базисные характеристики в локальном и мировом масштабе, но и отдельные его части, подсистемы и элементы, а также различные процессы, происходящие в обществе. Объект социологии столь же объективен, как объект изучения других наук, поскольку общество, так же как физические или биологические явления и процессы, существует независимо от воли и сознания людей.

Своеобразие объекта социологии проявляется в том, что в отличие от процессов и явлений физического мира, которые бывают абсолютно объективными, процессы, происходящие в обществе, так или иначе связаны с сознанием людей и носят объектно-субъектный характер, так как в них объект и субъект действия связаны неразрывными узами. Более того, если общество в целом не зависит от воли и сознания одного человека, то человек в своем сознании, в своем развитии, в своих действиях зависит от общества. Именно этими отличительными чертами и определяется специфика объекта социологии.

В отличие от объекта исследования, находящегося вне сознания человека, его изучающего, предмет исследования находится в голове человека, который исследует какой-либо объект окружающей действительности. Он возникает в качестве предмета исследования не вне человеческого сознания, а только в нем, когда исследователь пытается выделить из объекта исследования какие-то существенные, важные для него в данный момент и в данном отношении стороны, части или особенности.

Еще О. Конт отмечал, что общество создается на основе взаимодействий индивидов, формирующих определенные типы социальных отношений (экономические, политические, нравственные), способствующих развитию науки и образования и т.д. На основе взаимодействий создаются социальные структуры различного уровня (от семьи до общества) с различными целями (от занятий спортом до образования политических партий), объединяющие различное число людей (от двух человек до всего мирового сообщества).

Основой формирования взаимодействий служат наиболее значимые интересы субъектов этих взаимодействий. По своему характеру интересы могут быть объективными, например разделение труда или объединение людей по национальному признаку, и субъективными, например система социальных ценностей, идеалов и др. Результатом взаимодействий людей является созданная ими социальная реальность, представленная духовной культурой общества, групп, отдельных людей.

По мнению американского социолога Н. Смелзера о том, что социология – это один из способов изучения людей, так как она стремится выяснить, что происходит с людьми, когда они взаимодействуют друг с другом. Поскольку основой социальных взаимодействий служат интересы и потребности личности, личность является активным субъектом любых социальных отношений, структур и организаций. В социальном типе личности заключены, с одной стороны, индивидуальная уникальность, проявляющаяся в характере поведения личности при взаимодействиях с другими людьми, а с другой, –наиболее распространенные социальные черты общества. Наблюдая личность в системе социальных взаимодействий, можно судить об обществе в целом. Из этого следует, что личность является единицей наблюдения в социологии.

Таким образом, *предметом социологии* являются социальные взаимодействия личностей и социальных групп, социальная жизнь людей, так как общество изучается именно через человека и его социальное поведение, оценки, мнения, интересы и т.д.

Поскольку социология имеет дело с многообразием социальных явлений и проблем, стремление ученых упорядочить их приводят к тому, что разные научные школы имеют различные взгляды на предмет социологии. В мировой социологической науке преобладает точка зрения, что социология относится к разряду мультипарадигматических наук, т.е. для нее характерно наличие не одной, а нескольких предметных парадигм. К числу явлений, которые разные социологи считают ключевыми в определении предмета социологии, относятся «социальные отношения», «социальные институты», «социальные организации», «системы социального действия», «социальные группы», «групповые взаимодействия», «социальное взаимодействие», «социальные структуры общества», «социальное поведение» и др. И хотя в понимании предмета социологии нет единообразия, очевидно, что на первое место в этом перечне предметных областей выдвигается проблема взаимодействия индивидов.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Раскройте объект и предмет социологии. Покажите ее соотношение с другими науками. Какова структура социологической науки?
2. Какие основные категории социологии Вам известны?
3. Перечислите известные Вам социологические теории среднего уровня.
4. Расскажите о функциях и законах социологии.

Тема лекционного занятия - Тема 1.3. Общество как система. Социальная стратификация и социальная мобильность. Социальная структура и ее элементы. Социальные институты современного общества. Социальные общности и социальные группы. Социальная стратификация, социальная мобильность.

Цель занятия - Дать представление об обществе как целостной социокультурной системе, раскрыть социальную структуру общества, ее признаки и типологию. Раскрыть предпосылки социального неравенства, сущность социальной стратификации и социальной мобильности.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общество как система	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Социальная стратификация и социальная мобильность	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Социальная структура и ее элементы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Социальные институты современного общества	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Социальные общности и социальные группы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
6	Социальная стратификация, социальная мобильность.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия. Тема 1.3. Общество как система. Социальная стратификация и социальная мобильность. Социальная структура и ее элементы. Социальные институты современного общества. Социальные общности и социальные группы. Социальная стратификация, социальная мобильность.

Текст лекции.

Механизм существования и развития социальной структуры обусловлен системой человеческой деятельности. Чтобы существовать, люди вступают в определенные общественные отношения, объединяются в группы, распределяют функции. Таким образом, социальная структура – это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих социальных институтов, социальных групп и отношений между ними.

Социальная структура – это совокупность социальных групп, классов и слоев. Социальная структура – это совокупность социальных институтов и организаций. Социальная структура – это совокупность функционально взаимосвязанных социальных статусов и ролей. Социальная структура – это внутреннее устройство общества.

Социальная структура предполагает:

1) устойчивые связи между любыми элементами общества, устойчивые взаимозависимости;

2) регулярность, устойчивость, повторяемость этих взаимодействий;

3) наличие уровней, “этажей”, согласно значимости элементов, входящих в структуру;

4) регулирующий, инициирующий, динамичный контроль за поведением элементов.

Мера развитости социальной структуры – это степень ее разнообразия, то есть разнообразие видов и форм деятельности, способов связей между людьми, социальными группами и институтами.

Причина возникновения социальной структуры? Социальная структура возникает по поводу общественного разделения труда. Социальная стратификация возникает по поводу общественного распределения результатов труда (социальных благ). Социальная структура изменяется вследствие изменения социальных отношений, так как социальная структура обусловлена способом производства.

Основные тенденции, наблюдающиеся в изменении социальной структуры общества:

1) социальная поляризация, то есть расслоение на богатых и бедных, углубление социальной и имущественной дифференциации;

2) размывание интеллигенции, которое проявляется либо в массовом уходе индивидов из сферы умственного труда, либо в смене ими места жительства (так называемая «утечка мозгов»);

3) стирание границ между специалистами с высшим образованием и высококвалифицированными рабочими.

Выделяют два уровня социальной структуры – это макроструктура и микроструктура. Макроструктура – это связи и отношения между элементами и подсистемами общества, экономики, политики, культуры, рассматриваемые на самом общем уровне. Макроструктура показывает характерный для определенного общества состав классов, слоев, этнических групп и социальных категорий, а также совокупность устойчивых отношений между ними и особенности их внутренней структурной организации.

Микроструктура – это структура, элементами которой являются индивиды и их поведение: межличностные связи, структура ролей и др. Микроструктура показывает устойчивые связи в малых группах (первичный трудовой коллектив, студенческая группа, школьный класс и т.д. Изучение микроструктуры очень важно, так как она оказывает существенное влияние на многие процессы общественной жизни (социализацию, формирование общественного мнения и др.).

Выделяют четыре типа социальной структуры: социально-демографическая, социально-классовая, социально-профессиональная, социально-территориальная.

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА – это результат наложения демографических структур (половой, возрастной, семейной) на социальную. Например, в эту структуру входят группы молодежи (рабочие, служащие, колхозники и т.д.), группы предпенсионного возраста, группы пенсионного возраста, группы среднего возраста и т.д. Понятно, что эти группы представлены мужчинами и женщинами.

Социально-демографическая структура – это группы со своими специфическими потребностями и интересами, и перспективами развития. Понятно, что потребности и перспективы развития у группы молодежи и группы предпенсионного возраста различны.

СОЦИАЛЬНО-КЛАССОВАЯ СТРУКТУРА – это срез структуры классового общества, который отражает социальное неравенство между общественными классами, между работниками физического и умственного труда, между городом и деревней, между социальными слоями внутри классов. В основе деления общества на классы лежит разделение труда.

Два вида разделения труда, которые предшествовали образованию классов:

- исполнительский труд (преимущественно, физический); - организаторский труд.

Категория «класс» имеет два значения:

- Экономическое значение: Класс – это большие группы людей, которые различаются по их месту в системе общественного производства, по их отношению к средствам производства, по их роли в общественной организации труда, по способам получения доли общественного богатства.

- Социальное значение: Класс – это группы людей, имеющие различия в образе жизни, культуре, интересах, идеологии, социальной психологии и т.д.

СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА – это социальная форма профессионального разделения труда, рассматриваемого со стороны его материально-вещественного содержания.

Что такое профессия? Профессия – это род трудовой деятельности или занятий человека, требующие определенной подготовки. Профессия – это источник существования. Структурные характеристики профессии:

- характеристика работника (специфические навыки человека);

- характеристика рабочего места (набор трудовых функций);

- характеристика процесса труда (специфика протекания трудовой деятельности и последовательность трудовых операций).

Существует прямая связь профессий с социально-экономическими различиями в обществе. Даже один и тот же характер профессий может иметь различное вознаграждение труда работников.

В контексте социально-профессиональной структуры существуют два термина: профессиональное разделение людей и профессиональное разделение труда. Профессиональное разделение людей – это общественная форма выражения профессий, профессиональное разделение труда – это материальная форма выражения профессий.

С исторической точки зрения профессиональное разделение людей – это следствие разделения умственного и физического труда.

Чем между собой отличаются профессии? Содержанием труда (экономические, юридические, промышленные, транспортные, сельскохозяйственные, медицинские, социальные, культурные и т.д.), направленностью труда (научные, общественные); значимостью труда (престижные, непрестижные) и т.д.

СОЦИАЛЬНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА – это структура, единицами которой выступают территориальные общности разного типа (городские, сельские, население агломераций). Агломерация (от лат. присоединять) – это совокупность взаимодействующих городских и сельских поселений, возникшая на базе единого территориально-производственного комплекса и обладающая общностью градообразующей основы и образа жизни.

Два вида агломераций: 1) моноцентрические – образуются вокруг одного крупного города (например, московская агломерация); 2) полицентрические – образуются вокруг нескольких городов. Особенность агломерации – это концентрация промышленных, общественных, культурных и других учреждений, объединенных в единое целое интенсивные связями.

Особенности территориальных общностей: обладают разным историческим прошлым, существуют в различных природных условиях. Поэтому они различаются:

- показателями функционирования производств и предприятий;
- отраслями народного хозяйства;
- условиями труда;
- развитием социально-культурной и бытовой инфраструктурами;
- обеспеченностью населения жильем, больницами, клубами, театрами и т.д.;
- социальным составом населения;
- уровнем образования и культуры населения.

Закономерность социально-территориальной структуры: более развитый тип поселения (региона) предъявляет большие требования к социальному развитию индивида.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Дайте определение социальной структуры общества.
2. Расскажите о теориях социальной стратификации и социальной мобильности.
3. Опишите социальную общность и социальную группу.
4. Назовите признаки социального института.

Тема лекционного занятия - Тема 1.4. Социологическое понимание личности Ролевая теория личности. Социализация личности. Социальная установка: понятие, структура, функции. Социальная идентичность личности

Цель занятия - дать представление о структуре личности, раскрыть содержание понятия социального статуса. Раскрыть содержание ролевых теорий личности. Дать понятие социализации, девиации, социального контроля

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социологическое понимание личности	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Ролевая теория личности	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Социализация личности	Интерактивная лекция с мультиме-

		дийным сопровождением
4	Социальная установка: понятие, структура, функции	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Социальная идентичность личности	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия. Тема 1.4. Социологическое понимание личности Ролевая теория личности. Социализация личности. Социальная установка: понятие, структура, функции. Социальная идентичность личности

Текст лекции.

Личность изучается в целом комплексе социальных и гуманитарных наук – это понятие сложное и междисциплинарное. Каждая из социальных и гуманитарных дисциплин выделяет собственное предметное поле изучения личности. В качестве предмета социологического изучения личности можно выделить следующие составляющие:

1. Личность как объект социального воздействия: становление личности, социализация личности, ролевые ожидания.
2. Личность как субъект социального действия, социальных отношений: социальные установки личности, социальная идентичность личности.

Различные социологические теории подчеркивают различные аспекты соотношения личности и общества, а также личности и различных социальных общностей. В качестве основных концептов соотношения личности и общества можно выделить следующие:

Личность как субъект социального действия. (Понимающая социология, М.Вебер)

Основой социального действия М. Вебер считает рациональность и выделяет два типа рационального действия – ценностно-рациональный и целерациональный. Ценностнорациональный тип социального действия основывается на утверждении личностью определенных ценностей (моральных, религиозных). Целерациональный тип социального действия представляет собой достижение цели посредством использования рационально осмысленных средств достижения. Кроме рациональных типов социального действия М.Вебер выделяет два нерациональных - аффективный тип, основанный на эмоциях и традиционный, основанный на подражании. Личность с точки зрения понимающей социологии определяется как идеальный тип социального действия. Так, в отношении политической власти М.Вебер выделяет типы политического лидерства, соответствующие типам социального действия: официально-легальный (целерациональный тип), традиционный и харизматический (аффективный тип).

Личность как носитель смыслов жизненного мира (Феноменологическая социология, А.Шюц)

С точки зрения феноменологии, личность – это прежде всего носитель смыслов собственного жизненного мира. Жизненный мир личности можно определить как сферу сосуществования с другими людьми в общих культурных и символических смыслах. Жизненный мир можно структурировать по уровням и степени проявления объективного и субъективного начал – субъективный, интерсубъективный и объективный уровни. Интерсубъективный уровень представляет собой переход от личного, субъективного уровня к объективному, социокультурному и находит свое выражение в коммуникации. Интерсубъективный мир – это привычный социальный мир, который создается в результате взаимодействия между людьми, принадлежащими к одной социальной группе – «домашней группе».

Личность как субъект социального конфликта (марксизм)

Понимание личности в марксизме имеет для российского общества особенное значение, поскольку довольно значительный период российской истории связан с попыткой практического применения марксизма и целым рядом соответствующих социальных практик. Принципиальной теоретической характеристикой понимания личности в марксизме является детермини-

рованность личности общественными и, в первую очередь, производственными отношениями. Личность в таком теоретическом контексте становится прежде всего носителем качеств, которые формирует в ней принадлежность к определенному классу – социальной общности, определяемой отношением к средствам производства. Таким образом, можно говорить о личности крестьянина, феодала, капиталиста, пролетария. Поскольку в марксизме отношения между классами понимаются как социальный конфликт, личность как представитель класса является субъектом классовой борьбы.

Личность как субъект социального взаимодействия. (Символический интеракционизм Дж.Г.Мид)

Если Веберовская понимающая социология рассматривает способ связи личности и общества как социальное действие, то теория символического интеракционизма продвигается вглубь действующего субъекта. В символическом интеракционизме личность (самость) понимается как сложная структура, состоящая из двух взаимодействующих подсистем – внутренней психической сущности и интернализированных социальных норм. Первая подсистема обладает определенной устойчивостью, вторая способна меняться в зависимости от внешних воздействий. Таким образом, взаимодействие происходит на двух уровнях – внутреннем и внешнем. Для обозначения внешнего взаимодействия Дж. Г. Мид вводит понятие обобщенного другого – второй стороны взаимодействия, которая представлена системой транслируемых символов, через которые передаются нормы, и прежде всего определенным языком. Именно благодаря принятию индивидами установки или установок обобщенного другого становится возможным существование универсума дискурса как той системы общепринятых или социальных смыслов, которую в качестве своего контекста предполагает мышление. Присвоенную систему социальных символов можно назвать социальной идентичностью личности. Так, например, посредством взаимодействия с обобщенным другим как данным с рождения этносом, усвоением определенного языка с заложенными именно в нем смыслами, формируется этническая идентичность. Можно сказать, что индивид становится личностью по мере приобретения способности быть участником ряда окружающих его дискурсов – национального, политического, религиозного и т.д.

В символическом интеракционизме большое внимание уделяется формированию личности. Дж. Герберт Мид выделяет две основные ступени развития личности в процессе взаимодействия с обобщенным другим – игру и соревнование. Если на стадии игры ребенок имеет дело с воплощенными отдельными символами – игрушками и усваивает отдельные нормы (например, кукла для девочки символизирует понимание красоты), то в стадии соревнования происходит организация отдельных норм в единую систему. Именно в соревновании индивид становится взаимодействующим субъектом, личностью, не просто усваивающей, но и собственным, уникальным способом реагирующей на другого.

Таким образом, символический интеракционизм придает значение не только внешним, но и внутренним процессам взаимодействия и предлагает зеркальную Я-концепцию. Ч. Кули выделяет три основных элемента Я-концепции: образ нашего облика в представлении другого человека, образ его суждения о нашем облике и какое-то самоощущение, например гордость или унижение.

Ролевая теория личности

Важное место в социологическом объяснении личности занимает ролевая теория личности. Основные положения этой теории были сформулированы американскими социологами Дж. Мидом и Р. Минтоном, разрабатывались Р. Мертоном и Т. Парсонсом.

С точки зрения ролевой теории личности социальное поведение описывается следующими основными понятиями: «социальный статус» и «социальная роль». Социальный статус и социальная роль соотносятся как статическая и динамическая социальные характеристики личности. Статус – положение в социальной структуре, роль – поведение. Статус объективен по отношению к личности, роль имеет признаки субъективности, статус занимают, роль выполняют, играют. В норме статус и роль совпадают, так, например, женщина, родившая ребенка, получает статус матери и выполняет роль матери. Девиантное поведение связано с расхождением статуса и роли – так, например, женщина может иметь статус матери, но не заботиться о своем

ребенке, оставив попечение о нем бабушкам. Может быть и обратная ситуация, в данном примере связанная с положительным девиантным поведением – женщина, не имея статуса матери, например, вторая жена отца ребенка фактически выполняет роль матери. Таким образом, ролевое поведение оценивается именно как соответствующее или не соответствующее определенному социальному статусу. Социальную роль можно рассматривать в двух аспектах: ролевого ожидание (экспектация) и ролевое исполнение (игра).

Поскольку социальная роль имеет субъективную составляющую, постольку она более сложна по своей структуре и именно выполнением социальных ролей можно охарактеризовать личность с социологической точки зрения. Структура социальной роли предложена американским социологом Т. Парсонсом:

1) эмоциональность - одни роли требуют эмоциональной сдержанности, другие - раскованности;

2) способ получения - одни предписываются, другие достигаются;

3) масштаб - одни роли предполагают узкий спектр взаимодействия, другие – широкий;

4) мотивация – каждая роль предполагает определенное внешнее и внутреннее стимулирование, соответствующее потребностям, удовлетворяемым в процессе исполнения роли;

5) степень формализации – выполнение одних ролей нормативно прописано (например, должностными инструкциями), других – более свободно.

Российский социолог П.И.Смирнов выделяет в структуре социальной роли следующие компоненты: ценности, мастерство, полномочия. Ценности представляют собой наиболее значимый и устойчивый компонент социальной роли: роль существует пока существует ценность. Мастерство - самый неустойчивый и быстро изменяющийся компонент социальной роли.

Знания умения и навыки могут быть различны у исполнителей одной социальной роли и совпадать у исполнителей разных ролей. Полномочия представляют собой определенный набор прав и обязанностей, который связан с социальным контролем, с возможностью применения позитивных и негативных социальных санкций. Полномочия социальной роли свидетельствуют о возможности принимать решения. При недостатке какого-то из компонентов социальной роли возникают искажения в исполнении социальной роли. При неусвоении ценностей социальной роли проявляются типы: «делец», «наемник», «временщик», то есть типы, в которых представлено только внешнее исполнение роли. При недостаточном овладении мастерством исполнители ролей превращаются в плагиаторов, эксплуататоров, шарлатанов. Если исполнитель социальной роли превышает свои полномочия, то он превращается в узурпатора, если недостаточно полномочий, то исполнение социальной роли трансформируется в человекоугодие, низкопоклонство.

Поскольку одна личность как носитель социальных набора ролей может сталкиваться с различными и, вероятно, противоположными ожиданиями относительно своего поведения, постольку может формироваться ролевой конфликт. Классическим примером ролевого конфликта является совмещение социальных ролей матери и профессионала. Роль матери очень масштабна и требует постоянного приоритетного внимания к ребенку, при этом роль профессионала может требовать обязательного присутствия на рабочем месте. Для помощи в таком типичном ролевом конфликте общество создает особые механизмы – различные права и льготы для работающих матерей.

С точки зрения ролевой теории личности всю деятельность в обществе, осуществление функций всех социальных институтов можно представить как результат исполнения всех социальных ролей всеми личностями данного общества.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Что такое социальный статус? Какие их разновидности вам известны? Что такое социальная роль? Кто ввел понятие «ролевой набор»?

2. Раскройте содержание понятий «человек», «индивид», «личность». Как соотносится природное и социальное в становлении и развитии личности. Какие социологические концепции личности вам известны? Раскройте содержание теорий личности (ролевой, поведенческой, диспозиционной, психоаналитической).

3. Что представляют собой потребности, интересы и ценностные ориентации личности? Охарактеризуйте различные подходы к описанию структуры личности.

4. В чем заключается сущность социализации? Раскройте содержание понятий «социальная норма», «социальный контроль»? Что представляют собой социальные санкции, какова их сущность, классификация. Чем «девиант» отличается от «делинквента»? Знаете ли вы какие-либо формы девиантного поведения? Что такое «аномия»?

Тема лекционного занятия - Тема 2.1. Виды и функции социологического исследования. Программа социологического исследования. Выборка в социологическом исследовании. Измерение в социологическом исследовании. Шкалы и индексы

Цель занятия - научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования. Раскрыть сущность, значение, структурные особенности построения исследовательской программы и закрепить практический навык в ее разработке и составлении рабочего плана исследования. Изучить методы сбора информации в социологии. Дать представление о генеральной и выборочной совокупности, измерении.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды и функции социологического исследования	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Программа социологического исследования.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Выборка в социологическом исследовании	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Измерение в социологическом исследовании	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Шкалы и индексы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Тема 2.1. Виды и функции социологического исследования. Программа социологического исследования. Выборка в социологическом исследовании. Измерение в социологическом исследовании. Шкалы и индексы

Текст лекции

Виды и функции социологического исследования

Социологическое исследование.

В самом общем виде социологическое исследование можно определить как систему логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных единой целью: получить достоверные данные об изучаемом социальном явлении или процессе.

Социологическое исследование включает в себя четыре организационно автономных и вместе с тем содержательно взаимосвязанных этапа:

• методологическую и методическую подготовку исследования;

• сбор первичной социологической информации;

• компьютерную обработку собранной информации;

• математический и содержательный анализ обработанной информации, подготовку отчета, формулирование выводов и рекомендаций.

Виды социологического исследования.

Конкретный вид социологического исследования обусловлен характером поставленной в нем цели, выдвинутых задач.

1. В зависимости от *глубины анализа предмета*, *сложности решаемых задач* различают три основных вида социологического исследования: разведывательное, описательное и аналитическое.

Разведывательное исследование - наиболее простой вид конкретно-социологического анализа. Оно решает весьма ограниченные по своему содержанию задачи, охватывает, как правило, небольшие обследуемые совокупности и основывается на упрощенной программе и сжатом по объему методическом инструментарии.

Этот вид исследования может использоваться либо как предварительный этап глубоких и масштабных исследований, либо для сбора «прикидочных» сведений об объекте изучения. Такая потребность возникает особенно часто тогда, когда предмет социологического исследования относится к разряду мало или вообще не изученных. В частности, разведывательное исследование успешно применяется для получения дополнительной информации о предмете и объекте, для уточнения и корректировки гипотез и задач, методического инструментария и границ обследуемой совокупности в углубленном, широкомасштабном описательном или аналитическом исследованиях, а также для выявления трудностей, которые могут встретиться в ходе их проведения.

Выполняя перечисленные вспомогательные задачи, *разведывательное исследование* служит поставщиком оперативной социологической информации. В этом случае можно говорить о такой его разновидности, как экспресс-опрос, цель которого состоит в выявлении отношения людей к актуальным событиям и фактам (зондаж общественного мнения), а также эффективности различных мероприятий. Например, с помощью экспресс-опросов определяется удовлетворенность аудитории качеством прослушанной лекции, содержанием и формой занятия. Нередко к ним прибегают для оценки хода и результатов общественно-политических кампаний, в частности, избирательных.

Обычно *в разведывательном исследовании* используется один из наиболее доступных методов сбора первичной социологической информации (к примеру, интервью или анкетный опрос), позволяющий провести его в короткие сроки. Вместе с тем, если речь идет об уточнении предмета или объекта широкомасштабного исследования, уместно прибегнуть к целенаправленному анализу литературы, а также к опросу специалистов (экспертов), компетентных в изучаемой области, либо хорошо знающих особенности объекта. С этой же целью может быть проведено интенсивное групповое интервью методом «фокус-групп».

Описательное исследование - более сложный вид социологического анализа. По своим целям и задачам оно предполагает получение эмпирических сведений, дающих относительно целостное представление об изучаемом явлении, его структурных элементах. Такое исследование проводится по полной, достаточно подробно разработанной программе, с использованием методически апробированного инструментария. Его надежная методологическая оснащенность делает возможным группировку и классификацию элементов исследуемого объекта по тем параметрам, которые выделены в качестве существенных в связи с изучаемой проблемой.

Описательное исследование обычно применяется тогда, когда объектом анализа служит относительно большая общность людей, отличающаяся разнообразными характеристиками. Это может быть коллектив крупного предприятия, в котором трудятся люди разных профессий и возрастных групп, имеющие различные стаж работы, уровень образования, семейное положение и т. д., население города, района, области, региона, страны. В таких ситуациях выделение в структуре объекта относительно однородных групп позволяет осуществить поочередную оценку, сопоставление и сравнение интересующих характеристик, выявить наличие или отсутствие связей между ними.

Аналитическое исследование - самый сложный вид социологического анализа, ставящего своей целью не только описание структурных элементов изучаемого явления, но и выяснение причин, которые лежат в его основе и обуславливают распространенность, устойчивость или изменчивость и другие свойственные ему черты. В силу такого предназначения аналитическое исследование имеет особенно большую практическую ценность.

Если в ходе описательного исследования устанавливается, есть ли связь между теми или иными параметрами изучаемого социального явления, то в ходе *аналитического* выясняется, носит ли обнаруженная связь причинный характер. В первом случае может интересовать, например, наличие связи между удовлетворенностью работников содержанием выполняемого труда и его производительностью, а во втором - является ли удовлетворенность содержанием

труда единственной, непосредственной или косвенной причиной, определяющей уровень его производительности.

Поскольку реальность нашей жизни такова, что выделить и изучать в «чистом виде» какой-либо один влияющий на нее фактор практически невозможно, почти в каждом *аналитическом исследовании* рассматривается совокупность факторов, из которой впоследствии вычленяются основные и неосновные, временные и устойчивые, явные и скрытые (латентные), управляемые и неуправляемые факторы.

Подготовка *аналитического исследования*, в том числе тщательная разработка программы и инструментария, занимает много времени. Необходимые предварительные сведения об отдельных сторонах изучаемого объекта и предмета, которые позволяют выбрать оптимальные пути их дальнейшего углубленного анализа, нередко собирают при помощи разведывательного или описательного исследования.

По методам сбора социологической информации *аналитическое исследование* носит комплексный характер. В нем, дополняя друг друга, могут применяться различные формы опроса, анализа документов, наблюдения. Тем самым аналитическое исследование существенно отличается не только содержанием подготовительного этапа и этапа сбора первичной информации, но и подходами к обобщению и объяснению результатов.

Самостоятельной разновидностью аналитического исследования является *социальный эксперимент*. Его проведение предполагает создание экспериментальной ситуации путем изменения (в той или иной степени) обычных условий функционирования интересующего исследователя объекта. В ходе эксперимента особое внимание уделяется изучению «поведения» тех включенных в экспериментальную ситуацию факторов, которые придают данному объекту новые свойства.

Осуществление социального эксперимента требует специальных знаний и методических навыков. Решение о проведении эксперимента должно быть взвешенным и обоснованным.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Составьте примерную программу социологического исследования.
2. Назовите функции программы социологического исследования.
3. Перечислите требования, учитываемые при составлении программы.
4. Опишите основные методы сбора эмпирической информации в социологии.
5. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.
6. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.
7. Дайте определения генеральной и выборочной совокупности
8. Охарактеризуйте репрезентативность в социологическом исследовании

Тема лекционного занятия - Тема 2.2. Количественные методы социологического исследования. Организационные методы социологического исследования. Эмпирические методы социологического исследования. Статистические методы анализа социологической информации. Методы интерпретации социологических данных

Цель занятия - научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования. Изучить количественные методы сбора информации в социологии

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Количественные методы социологического исследования	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Организационные методы социологического исследования.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Эмпирические методы социологического исследования	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Статистические методы анализа социологической	Интерактивная лекция с мультиме-

	информации	дийным сопровождением
5	Методы интерпретации социологических данных	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Тема 2.2. Количественные методы социологического исследования. Организационные методы социологического исследования. Эмпирические методы социологического исследования. Статистические методы анализа социологической информации. Методы интерпретации социологических данных

Текст лекции

Количественные методы могут быть охарактеризованы как "формализованные" и "массовые". Под формализацией в данном случае понимается направленность методики на фиксацию строго определенного набора анализируемых признаков объекта и количественное их измерение. Характерная особенность формализованных методических инструментов состоит в том, что в них исследуемые переменные заданы исследователем заранее.

Количественными они в исследовании называются по причине нацеленности преимущественно на получение количественной информации о большом количестве объектов исследования (потребителей, избирателей, мигрантов и т.п.). Главной задачей исследований с использованием количественных методов является получение численной оценки состояния объекта изучения или реакции респондентов на некое событие. Такие методы применяются, когда необходимы точные, статистически надежные численные данные.

Основным преимуществом количественных методов исследования является четкая структура изложения, можно опросить определенное количество людей (выборка) от населения России (генеральная совокупность) и получится, что на руках у исследователя мнение всей страны по этому вопросу (репрезентативность выборки). Т.е. чтобы узнать мнение всех россиян, не обязательно опрашивать каждого, надо опросить определенный процент каждой из групп населения. Но получатся цифры, развернутого представления о предмете не будет.

Количественные исследования нацелены на получение цифровой информации о большом числе объектов исследования: покупателей, потребителей, предприятий. Главной задачей количественных исследований, в отличие от качественных исследований, является получение численной оценки изучаемой темы. Такие исследования применяются, когда необходимы точные, статистически надежные количественные данные.

В основе количественных методов исследования всегда лежат строгие статистические модели, используются большие выборки. Это позволяет не просто получить мнения и предположения, а выяснить точные количественные значения изучаемых показателей. То есть результаты количественных исследований статистически достоверны, их можно экстраполировать на всю изучаемую генеральную совокупность. Исследования с использованием количественных методов исследований – это основной инструмент получения необходимой информации для планирования и принятия решений в случае, когда необходимые гипотезы уже сформированы при помощи качественных методов. Там, где нужно проверить уже сформулированную гипотезу или оценить различные варианты практических действий, количественные методы могут предоставить соответствующий инструмент. Главные характеристики количественных методов – «формализм» и «массовость». Исследуемые переменные заданы разработчиком заранее и отступление от них в процессе сбора уже невозможно, а массовый сбор однотипных данных предшествует их количественной, цифровой обработке.

Основные характеристики количественной стратегии социологического исследования приведены в таблице 1.

Таблица 1. Основные характеристики количественной стратегии социологического исследования

Основные критерии	Характеристика
Цель применения	Макросоциологическое исследование
	Дать объяснение причин изучаемого явления

Исследовательские задачи	Измерить параметры явления; Установить взаимосвязи между отдельными параметрами;
Позиция исследователя	«сторонний» наблюдатель
В центре внимания исследователей	Социальные структуры и институты; Объективные факторы; Общие социальные процессы
Исследовательские гипотезы формулируются	До начала сбора данных
Исследовательские инструменты	Разрабатываются до полевого этапа; Формализованы, во многом одинаковы для всех исследователей
Единицы анализа	Факты, события, высказывания, акты поведения
Логика анализа	Дедуктивная: от абстракции к фактам путем операционализации понятий
Основные способы анализа	Классификация путем отождествления случаев; Статистическими способами; Систематизация
Данные исследования представляются в виде:	Статистических распределений, шкальных показателей, индексов и т.п
Валидность (надежность) достигается достоверным	Повторением установленных связей

К достоинствам измерительных количественных методов относится достаточно объективный характер процедуры исследования и возможность перепроверки полученных результатов благодаря выполнению требований репрезентативности, надежности и валидности. С помощью количественных методов возможно изучение большое количество испытуемых и обобщение полученных данных достаточно быстро и легко. Выявление устойчивых и объективных характеристик объекта исследования позволяет сравнить полученные индивидуальные результаты исследований с обобщенными данными исследований больших выборок. Кроме того, именно результаты применения количественных методов дают возможность построения математической модели исследуемого объекта.

Однако ряд недостатков, присущих количественным методам, способны достаточно сильно исказить информацию, получаемую в результате проведенного исследования. Количественные методы подвергаются критике, прежде всего, с позиций методологии, поскольку их способность должным образом объяснить и понять глубинный смысл происходящих явлений и процессов оказывается явно недостаточной.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные количественные методы сбора эмпирической информации в социологии.
2. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.
3. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.
4. Назовите этапы социологического исследования, на которых наиболее обосновано применение количественных методов
5. В каком виде предоставляются количественные данные по итогам исследования заказчику?

Тема лекционного занятия - Тема 2.3. Качественные методы социологического исследования. Тактики качественного исследования. Методы качественного исследования. Принципы и организация проведения качественных исследований. Анализ данных в качественных исследованиях

Цель занятия - научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования. Изучить качественные методы сбора информации в социологии

Структура лекционного занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

п/п		
1	Качественные методы социологического исследования	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Тактики качественного исследования	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Методы качественного исследования	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Принципы и организация проведения качественных исследований	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Анализ данных в качественных исследованиях	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Тема 2.3. Качественные методы социологического исследования. Тактики качественного исследования. Методы качественного исследования. Принципы и организация проведения качественных исследований. Анализ данных в качественных исследованиях

Текст лекции

Тактики качественного исследования

Для исследования социальной реальности в рамках проблематики социологии социальной работы применяются различные группы методов, в том числе и качественные. Они нацелены не столько на фиксацию количественных параметров изучаемых явлений микросоциальной жизни, сколько на познание того качества явления, которое делает его социально значимым, несмотря на его особенность.

Качественные методы также называются «мягкими». Развитие качественной методологии стало возможным благодаря микросоциологии, представленной такими направлениями, как символический интеракционизм (Г. Блумер, Дж. Мид), феноменологическая социология (А. Шюц) и этнометодология (Г. Гарфинкель).

Микросоциологическая направленность в социологии является методологической базой качественного подхода к социологическому исследованию.

Качественная стратегия служит для изучения социальных проблем с точки зрения индивидуального, частного. Объектом исследования являются отдельные индивиды или сообщество индивидов с их специфическими социальными характеристиками. Предметом изучения могут быть социальные роли и их реализация в практике повседневной жизни. Качественные методы используются для получения данных о личном опыте и причинах социального поведения.

Качественная методология формировалась в XX веке и включает в себя разнообразные исследовательские стратегии и методы (в настоящее время более 40 видов).

Качественный подход имеет следующие особенности:

1. Он используется для изучения небольших по численности объектов (малых групп или индивидов);

2. Исследовательская цель- выявить и интерпретировать субъективные смыслы, значения;

3. Изучение концентрируется на уровне микроанализа отдельных случаев, состояний социального взаимодействия;

4. Индуктивная логика анализа: от фактов жизни к их классификации и концептуализации;

5. Для сбора данных используются нестандартизированные разновидности методов сбора информации (включенное наблюдение, свободное или фокусированное интервью, качественный анализ документов).

Решение о проведении качественного исследования принимают в следующих случаях.

- Проблема не сформулирована четко;
- Необходимо детальное (глубокое) описание проблемы;
- Важно описание индивидов в естественной обстановке, в полевых условиях;

- Для раскрытия проблемы нужна позиция активного исследователя (личное проведение процедур исследования руководителем проекта; когда важно раскрыть ситуацию с позиции участников, а не с точки зрения «внешнего эксперта»).
- Если требуется текстовое изложение состояния проблемы с привлечением свидетельств участников событий;

Таким образом, качественное исследование используется в том случае, если его цель предусматривает определенное понимание исследуемого феномена, не требующее количественной интерпретации, или в случае, когда исследуемые феномены не поддаются точному измерению.

Таблица 2. Сопоставление количественных и качественных методов

№ п/п	Основания сравнения	Количественные методы	Качественные методы
1	Цель применения	Дать объяснение причин изучаемого явления	Понять изучаемое явление (случай, процесс)
2	Исследовательские задачи	А) измерить параметры явления б) установить взаимосвязи между отдельными параметрами	А) выявить общую картину явления б) концептуализировать явление, интерпретировать его
3	Позиция исследователя	«сторонний наблюдатель»	«сочувствующий участник»
4	Исследовательские гипотезы формулируются	До начала сбора данных	По мере овладения данными
5	Исследовательские инструменты	А) разрабатываются до полевого этапа б) формализованы, во многом одинаковы для всех исследователей	А) определяются как до полевого этапа, так и в его ходе б) неформализованы, отражают индивидуальный исследовательский опыт
6	Исследовательские задачи	Стандартизованы, предполагается их дублирование	Менее стандартизованы, дублируются редко
7	Единицы анализа	Факты, высказывания, оценки, акты сознания и поведения	Субъективные значения фактов для индивида
8	Данные исследования представляются в различных видах	Статистические распределения, шкальные показатели, индексы и т.п.	Высказывания, документы, интеллектуальные продукты стенограмм, аудио- и видеозаписи, групповые дискуссии и т.п.
9	Стиль исследования	«жесткий»	«мягкий»

Тактики качественного исследования

- case study -изучение случая
- этнографическое исследование
- историческое исследование
- история жизни
- история семьи
- grounded theory - восхождение к теории (укорененная теория/ обоснованная теория)
- феноменологическое исследование

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные качественные методы сбора эмпирической информации в социологии.
2. Перечислите основные тактики качественных исследований в социологии.
3. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.
4. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.

5. В каком виде предоставляются качественные данные по итогам исследования заказчику?

6. Назовите этапы социологического исследования, на которых наиболее обосновано применение качественных методов

Тема лекционного занятия - Тема 2.4. Организация социологического исследования в социальной сфере. Специфика социальной сферы как объекта социологического анализа. Проблематика социологических исследований социальной сферы. Применение мониторинговых методик в исследованиях социальной сферы. Организационно-технологические управленческие аспекты прикладного социологического исследования социальной сферы

Цель занятия - научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования. Изучить социологические методы сбора информации для анализа социальной сферы

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организация социологического исследования в социальной сфере	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
2	Специфика социальной сферы как объекта социологического анализа	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
3	Проблематика социологических исследований социальной сферы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
4	Применение мониторинговых методик в исследованиях социальной сферы.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
5	Организационно-технологические управленческие аспекты прикладного социологического исследования социальной сферы	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Тема 2.4. Организация социологического исследования в социальной сфере. Специфика социальной сферы как объекта социологического анализа. Проблематика социологических исследований социальной сферы. Применение мониторинговых методик в исследованиях социальной сферы. Организационно-технологические управленческие аспекты прикладного социологического исследования социальной сферы

Текст лекции

Специфика социальной сферы как объекта социологического анализа.

Содержание понятия "социальная сфера". Можно выделить несколько подходов к определению социальной сферы.

Первый подход (М.В. Лапшина).

Социальная сфера – это совокупность больших социальных групп: классов, наций, народов. М.В. Лапшина: социальная сфера включает в себя "все общественные группы, из которых состоит данное конкретное общество, и все взаимоотношения между ними, все процессы изменения и развития общественных групп. В основном понятие социальной сферы в такой трактовке совпадает с понятием социальной структуры общества, в состав которой входят те или иные классы, социальные прослойки, профессиональные группы, народности и нации".

Второй подход – экономический (М.С. Касымова).

М.С. Касымова: "Социальная сфера - это совокупность отраслей народного хозяйства, в той или иной мере задействованных в процессе удовлетворения социальных потребностей граждан, работники которых получают соответствующие доходы из средств, выделяемых обществом на эти потребности". В данном случае социальная сфера предстает только как социальная инфраструктура, вне деятельности в ней каких-либо социальных субъектов, их связей и

отношений.

Третий подход (Г.М. Кац).

Социальная сфера является частью других сфер жизнедеятельности общества и не представляет собой самостоятельную подсистему общества. Г.М. Кац: социальной сферой жизни следует называть круг явлений и процессов, определяемых формированием, деятельностью, взаимодействием, распадом групп людей в различных видах жизнедеятельности - экономике, политике, семье, нравственности, культуре.

Четвертый подход (В.Н. Иванов).

Социальная сфера - это специфическая область общественных отношений, охватывающая систему социально-классовых, национальных отношений, связи общества и личности. В нее также включена совокупность социальных условий и факторов жизнедеятельности общественных групп и личности, их развития и совершенствования.

Пятый подход (Г.И. Осадчая, С.А. Шавель).

Социальная сфера связана, прежде всего, с социальным воспроизводством населения как дифференцированной совокупностью взаимодействующих социальных субъектов. .А. Шавель: "Социальная сфера - пространство воспроизводства повседневной жизни, развития и самоосуществления человека как личности". В.Н. Ковалев: "Социальная сфера - исторически сложившаяся, относительно устойчивая система связей и отношений между взаимодействующими субъектами и всеми другими элементами, составляющими общество как целостность". Помимо субъектов в социальную сферу включена также широкая "совокупность социальных условий и факторов, обеспечивающих жизнедеятельность общественных групп и индивидов, их воспроизводство, развитие, совершенствование".

Г.И. Осадчая: «Социальная сфера представляет собой целостную, постоянно изменяющуюся подсистему общества, порожденную объективной потребностью общества в непрерывном воспроизводстве субъектов социального процесса. Это устойчивая область человеческой деятельности людей по воспроизводству своей жизни, пространство реализации социальной функции общества. Именно в ней обретает смысл социальная политика государства, реализуются социальные и гражданские права человека.

Социальная сфера представляет собой самобытное, сложноорганизованное, упорядоченное целое, единое в своей сущности, в своем качестве, назначении и вместе с тем многофункциональное в силу сложности и многозначности процесса воспроизводства дифференцированных социальных субъектов с их способностями, потребностями, многообразием интересов. Процессы функционирования и развития социальной сферы обусловлены объективными закономерностями и основываются на определенных принципах социального управления».

Функции социальной сферы.

Главной функцией социальной сферы является функция социального воспроизводства различных слоев и групп населения в их целостности как субъектов исторического процесса, а также их всестороннего жизнеобеспечения. Функция социального воспроизводства заключается в осознанной, целенаправленной деятельности членов общности по поддержанию своей целостности и устойчивости, обеспечению наиболее благоприятных условий для своего существования и развития, для развития отношений с другими общностями.

Социоадаптивная функция способствует достижению согласованности действия людей в обществе, стимулирует деятельность индивидов и социальных групп, направленную на наиболее эффективную реализацию потенциала каждого, и отражается показателями, характеризующими стимулы к эффективной социальной деятельности человека и общественных образований.

Социопродуктивная функция дает возможность удовлетворить все потребности людей, необходимые для воспроизводства социального организма в его целостности, качества на всех структурных уровнях общества и описывается системой объективных и субъективных, а также нормативных и реальных показателей, характеризующих обеспеченность населения продуктами потребления и услугами.

Социокультурная функция регулирует процессы приобщения человека и различных социальных групп к духовной стороне воспроизводственного процесса, к освоению социально-

нравственного потенциала общества, обеспечивает согласование ценностных ориентации и интересов различных субъектов, социальную активность людей и может характеризоваться показателями успешности социализации индивида, востребованности конкретных социальных структур, степенью согласованности интересов различных групп населения и эффективности социальной политики, мерой включенности их в общественные преобразования.

Социодинамическая функция связана с повышением качества жизни населения, обеспечением созидательного, динамического характера практики на основе совершенствования самих субъектов жизнедеятельности, расширения потенциала социальной сферы и характеризуется системой показателей социальной мобильности в обществе.

Социозащитная функция обеспечивает социальные гарантии и права, социальную помощь и поддержку нетрудоспособным и депривированным слоям общества и выражается в системе показателей, характеризующих степень социальной защищенности населения (уровень прожиточного минимума, численность населения, находящегося за чертой бедности, количество и качество бесплатных услуг, обеспечивающих удовлетворение жизненно важных потребностей субъектов социальной сферы).

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные социологические методы сбора эмпирической информации для исследования социальной сферы.

2. Раскройте сущность мониторинга в социологии.

3. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.

4. Дайте характеристику основным явлениям и процессам, подлежащим изучению в социальной сфере.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема практического (семинарского) занятия - Тема 1.1. **Теоретико-методологические предпосылки становления социологии как науки. Развитие социологической мысли в России. Развитие классической социологии в Западной Европе. Развитие американской социологии. Современная социологическая теория: основные школы.**

Цель занятия - освятить предысторию развития социологии как науки. Научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по истории социологической теории

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Описать теоретико-методологические предпосылки становления социологии как науки	Доклад, обсуждение, дискуссия
2	Развитие социологической мысли в России.	Доклад, обсуждение, дискуссия
3	Развитие классической социологии в Западной Европе	Доклад, обсуждение, дискуссия
4	Развитие американской социологии.	Доклад, обсуждение, дискуссия
5	Современная социологическая теория: основные школы.	Доклад, обсуждение, дискуссия

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Произведите анализ исторических предпосылок выделения социологии в отдельную научную дисциплину.
2. Раскройте содержание социально-политических концепций 18 века. Перечислите социально-экономические и политические условия появления мировой социологической науки.
3. Назовите основные этапы становления и особенности мировой социологии.
4. Произведите анализ исторических предпосылок появления социологии в России.
5. Раскройте содержание социально-политических концепций 18 века. Какие из них повлияли в большей степени на появление социологии в России?
6. Назовите основные этапы становления и особенности российской социологии.
7. Расскажите о научных течениях в рамках российской социологии.
8. Каких представителей классической социологии Вы знаете?
9. Выполните сравнительную характеристику концепций О. Конта и Г. Спенсера.
10. Произведите анализ теоретических трудов М. Вебера. Выявите основные черты его научных воззрений.
11. Назовите основных представителей современных социологических теорий.

Тема практического (семинарского) занятия - Тема 1.2. **Объект и предмет социологии как науки. Место социологии в системе научного знания. Основные категории социологической науки. Функции и законы социологии**

Цель занятия - дать студентам представление об объекте, предмете социологии, основных категориях социологии

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Объект и предмет социологии как науки	Доклад, обсуждение, дискуссия
2	Место социологии в системе научного знания.	Доклад, обсуждение, дискуссия
3	Основные категории социологической науки	Доклад, обсуждение, дискуссия
4	Функции и законы социологии	Доклад, обсуждение, дискуссия

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Раскройте объект и предмет социологии. Покажите ее соотношение с другими науками. Какова структура социологической науки?
2. Какие основные категории социологии Вам известны?
3. Перечислите известные Вам социологические теории среднего уровня.
4. Расскажите о функциях и законах социологии.

Тема практического (семинарского) занятия - Тема 1.3. **Общество как система. Социальная стратификация и социальная мобильность. Социальная структура и ее элементы. Социальные институты современного общества. Социальные общности и социальные группы. Социальная стратификация, социальная мобильность.**

Цель занятия - дать представление об обществе как целостной социокультурной системе, раскрыть социальную структуру общества, ее признаки и типологию. Раскрыть предпосылки социального неравенства, сущность социальной стратификации и социальной мобильности.

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общество как система	Доклад, обсуждение, дискуссия
2	Социальная стратификация и социальная мобильность	Доклад, обсуждение, дискуссия
3	Социальная структура и ее элементы	Доклад, обсуждение, дискуссия
4	Социальные институты современного общества	Доклад, обсуждение, дискуссия
5	Социальные общности и социальные группы	Доклад, обсуждение, дискуссия
6	Социальная стратификация, социальная мобильность.	Доклад, обсуждение, дискуссия

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Дайте определение социальной структуры общества.
2. Расскажите о теориях социальной стратификации и социальной мобильности.
3. Опишите социальную общность и социальную группу.
4. Назовите признаки социального института.

Тема практического (семинарского) занятия - Тема 1.4. **Социологическое понимание личности Ролевая теория личности. Социализация личности. Социальная установка: понятие, структура, функции. Социальная идентичность личности**

Цель занятия - дать представление о структуре личности, раскрыть содержание понятия социального статуса. Раскрыть содержание ролевых теорий личности. Дать понятие социализации, девиации, социального контроля

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социологическое понимание личности	Доклад, обсуждение, дискуссия
2	Ролевая теория личности	Доклад, обсуждение, дискуссия
3	Социализация личности	Доклад, обсуждение, дискуссия
4	Социальная установка: понятие, структура, функции	Доклад, обсуждение, дискуссия
5	Социальная идентичность личности	Доклад, обсуждение, дискуссия

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое социальный статус? Какие их разновидности вам известны? Что такое социальная роль? Кто ввел понятие «ролевой набор»?

2. Раскройте содержание понятий «человек», «индивид», «личность». Как соотносится природное и социальное в становлении и развитии личности. Какие социологические концепции личности вам известны? Раскройте содержание теорий личности (ролевой, поведенческой, диспозиционной, психоаналитической).

3. Что представляют собой потребности, интересы и ценностные ориентации личности? Охарактеризуйте различные подходы к описанию структуры личности.

4. В чем заключается сущность социализации? Раскройте содержание понятий «социальная норма», «социальный контроль»? Что представляют собой социальные санкции, какова их сущность, классификация. Чем «девиант» отличается от «делинквента»? Знаете ли вы какие-либо формы девиантного поведения? Что такое «аномия»?

Тема практического (семинарского) занятия - Тема 2.1. **Виды и функции социологического исследования. Программа социологического исследования. Выборка в социологическом исследовании. Измерение в социологическом исследовании. Шкалы и индексы**

Цель занятия - научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования. Раскрыть сущность, значение, структурные особенности построения исследовательской программы и закрепить практический навык в ее разработке и составлении рабочего плана исследования. Изучить методы сбора информации в социологии. Дать представление о генеральной и выборочной совокупности, измерении.

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды и функции социологического исследования	Доклад, обсуждение, дискуссия
2	Программа социологического исследования.	Доклад, обсуждение, дискуссия
3	Выборка в социологическом исследовании	Доклад, обсуждение, дискуссия
4	Измерение в социологическом исследовании	Доклад, обсуждение, дискуссия
5	Шкалы и индексы	Доклад, обсуждение, дискуссия

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Составьте примерную программу социологического исследования.
2. Назовите функции программы социологического исследования.
3. Перечислите требования, учитываемые при составлении программы.
4. Опишите основные методы сбора эмпирической информации в социологии.
5. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.
6. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.
7. Дайте определения генеральной и выборочной совокупности
8. Охарактеризуйте репрезентативность в социологическом исследовании

Тема практического (семинарского) занятия - Тема 2.2. **Количественные методы социологического исследования. Организационные методы социологического исследования. Эмпирические методы социологического исследования. Статистические методы анализа социологической информации. Методы интерпретации социологических данных**

Цель занятия - научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования. Изучить количественные методы сбора информации в социологии

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Количественные методы социологического исследова-	Доклад, обсуждение, дискуссия

	ния	
2	Организационные методы социологического исследования.	Доклад, обсуждение, дискуссия
3	Эмпирические методы социологического исследования	Доклад, обсуждение, дискуссия
4	Статистические методы анализа социологической информации	Доклад, обсуждение, дискуссия
5	Методы интерпретации социологических данных	Доклад, обсуждение, дискуссия

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные количественные методы сбора эмпирической информации в социологии.

2. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.

3. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.

4. Назовите этапы социологического исследования, на которых наиболее обосновано применение количественных методов

5. В каком виде предоставляются количественные данные по итогам исследования заказчику?

Тема практического (семинарского) занятия- Тема 2.3. **Качественные методы социологического исследования. Тактики качественного исследования. Методы качественного исследования. Принципы и организация проведения качественных исследований. Анализ данных в качественных исследованиях**

Цель занятия - научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования. Изучить качественные методы сбора информации в социологии

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Качественные методы социологического исследования	Доклад, обсуждение, дискуссия
2	Тактики качественного исследования	Доклад, обсуждение, дискуссия
3	Методы качественного исследования	Доклад, обсуждение, дискуссия
4	Принципы и организация проведения качественных исследований	Доклад, обсуждение, дискуссия
5	Анализ данных в качественных исследованиях	Доклад, обсуждение, дискуссия

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные качественные методы сбора эмпирической информации в социологии.

2. Перечислите основные тактики качественных исследований в социологии.

3. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.

4. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.

5. В каком виде предоставляются качественные данные по итогам исследования заказчику?

6. Назовите этапы социологического исследования, на которых наиболее обосновано применение качественных методов

Тема практического (семинарского) занятия - Тема 2.4. **Организация социологического исследования в социальной сфере. Специфика социальной сферы как объекта социологического анализа. Проблематика социологических исследований социальной сферы. Применение мониторинговых методик в исследованиях социальной сферы. Организационно-**

технологические управленческие аспекты прикладного социологического исследования социальной сферы

Цель занятия - научить студентов применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования. Изучить социологические методы сбора информации для анализа социальной сферы

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организация социологического исследования в социальной сфере	Доклад, обсуждение, дискуссия
2	Специфика социальной сферы как объекта социологического анализа	Доклад, обсуждение, дискуссия
3	Проблематика социологических исследований социальной сферы	Доклад, обсуждение, дискуссия
4	Применение мониторинговых методик в исследованиях социальной сферы.	Доклад, обсуждение, дискуссия
5	Организационно-технологические управленческие аспекты прикладного социологического исследования социальной сферы	Доклад, обсуждение, дискуссия

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные социологические методы сбора эмпирической информации для исследования социальной сферы.

2. Раскройте сущность мониторинга в социологии.

3. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.

4. Дайте характеристику основным явлениям и процессам, подлежащим изучению в социальной сфере.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Теоретическая социология	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Эмпирическая социология	Подготовка контрольной работы
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Произведите анализ исторических предпосылок выделения социологии в отдельную научную дисциплину.
2. Раскройте содержание социально-политических концепций 18 века. Перечислите социально-экономические и политические условия появления мировой социологической науки.
3. Назовите основные этапы становления и особенности мировой социологии.
4. Произведите анализ исторических предпосылок появления социологии в России.
5. Раскройте содержание социально-политических концепций 18 века. Какие из них повлияли в большей степени на появление социологии в России?
6. Назовите основные этапы становления и особенности российской социологии.
7. Расскажите о научных течениях в рамках российской социологии.
8. Каких представителей классической социологии Вы знаете?
9. Выполните сравнительную характеристику концепций О. Конта и Г. Спенсера.
10. Произведите анализ теоретических трудов М. Вебера. Выявите основные черты его научных воззрений.
11. Назовите основных представителей современных социологических теорий.
12. Раскройте объект и предмет социологии. Покажите ее соотношение с другими науками. Какова структура социологической науки?
13. Какие основные категории социологии Вам известны?
14. Перечислите известные Вам социологические теории среднего уровня.
15. Расскажите о функциях и законах социологии.
16. Дайте определение социальной структуры общества.
17. Расскажите о теориях социальной стратификации и социальной мобильности.
18. Опишите социальную общность и социальную группу.
19. Назовите признаки социального института.
20. Что такое социальный статус? Какие их разновидности вам известны?
21. Что такое социальная роль? Кто ввел понятие «ролевой набор»?
22. Раскройте содержание понятий «человек», «индивид», «личность». Как соотносится природное и социальное в становлении и развитии личности.
23. Какие социологические концепции личности вам известны? Раскройте содержание теорий личности (ролевой, поведенческой, диспозиционной, психоаналитической).

24. Что представляют собой потребности, интересы и ценностные ориентации личности? Охарактеризуйте различные подходы к описанию структуры личности.

25. В чем заключается сущность социализации? Раскройте содержание понятий «социальная норма», «социальный контроль»?

26. Что представляют собой социальные санкции, какова их сущность, классификация. Чем «девиант» отличается от «делинквента»? Знаете ли вы какие-либо формы девиантного поведения? Что такое «аномия»?

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Научные течения в современной российской социологии
2. Основные социологические направления в России во второй половине XIX – начале XX в.
3. Преднаучный этап развития социологии в России.
4. Институционализация отечественной социологии после событий 1917г.
5. Американская социология
6. Объект и предмет социологии, ее соотношение с другими науками
7. Структура социологии. Теории среднего уровня в социологии
8. Функции социологии
9. Понятие «социальное»
10. Функции общества как системы
11. Коммуникация в социуме
12. Социальные институты в жизнедеятельности общества
13. Дисфункция социальных институтов
14. Понятие «социальная стратификация общества»
15. Концепция социальной мобильности общества
16. «Открытые» и «закрытые» типы обществ
17. Функции культурных ценностей
18. Социальная структура общества
19. Теории социального прогресса в социологии
20. Социальные движения и процессы
21. Процесс глобализации: сущность
22. Основные аспекты процесса глобализации
23. Глобальные проблемы: сущность, классификация
24. Революции и реформы: подходы к рассмотрению и анализу в социологии
25. Концепции классовой структуры общества
26. Социальный статус личности
27. Социальная роль личности
28. Соотношение понятий «индивид» и «личность».
29. Социологические концепции личности.
30. Интересы, потребности, ценности личности.
31. Структура личности в социологии.
32. Процесс социализации в социологии
33. Понятия «социальная норма», «социальный контроль»
34. «Девиантное» и «делинквентное» поведение.
35. Программа социологического исследования: сущность, структура, функции
36. Роль теории в социологическом исследовании.

37. Операциональная и концептуальная модели в социологическом исследовании.
38. Сущность социологического опроса.
39. Типология методов сбора информации в социологии.
40. Система методов сбора информации в социологии.
41. Шкалирование как метод измерения социальных характеристик
42. Типология количественных методов сбора информации в социологии.
43. Система количественных методов сбора информации в социологии.
44. Триангулярный подход в социологии
45. Типология качественных методов сбора информации в социологии.
46. Система качественных методов сбора информации в социологии.
47. Триангулярный подход в социологии
48. Типология социологических методов сбора информации в социальной сфере.
49. Система социологических методов сбора информации в социальной сфере
50. Детерминанты развития социальной сферы: социологический аспект
51. Система эмпирических показателей социальной сферы
52. Компоненты социальной сферы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Составьте примерную программу социологического исследования.
2. Назовите функции программы социологического исследования.
3. Перечислите требования, учитываемые при составлении программы.
4. Опишите основные методы сбора эмпирической информации в социологии.
5. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.
6. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.
7. Дайте определения генеральной и выборочной совокупности
8. Охарактеризуйте репрезентативность в социологическом исследовании
9. Перечислите основные количественные методы сбора эмпирической информации в социологии.
10. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.
11. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.
12. Назовите этапы социологического исследования, на которых наиболее обосновано применение количественных методов
13. В каком виде предоставляются количественные данные по итогам исследования заказчику?
14. Перечислите основные качественные методы сбора эмпирической информации в социологии.
15. Перечислите основные тактики качественных исследований в социологии.
16. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.
17. Дайте характеристику основным источникам сбора информации в социологии.
18. В каком виде предоставляются качественные данные по итогам исследования заказчику?
19. Назовите этапы социологического исследования, на которых наиболее обосновано применение качественных методов

20. Перечислите основные социологические методы сбора эмпирической информации для исследования социальной сферы.

21. Раскройте сущность мониторинга в социологии.

22. Определите связь между источником информации и методом сбора данных.

23. Дайте характеристику основным явлениям и процессам, подлежащим изучению в социальной сфере.

Перечень тем контрольных работ к Разделу 2:

1. Оценка потребительского спроса на предоставляемые образовательные услуги
2. Рынок образовательных услуг: тенденции и перспективы развития
3. Портрет потенциального потребителя услуг по страхованию жизни
4. Ресоциализация лиц с двигательными нарушениями средствами адаптивной физической культуры и спорта
5. Телевидение как социальный институт в социализации личности в современном обществе
6. Российские пенсионеры в трансформирующемся обществе: социальное положение и структурные характеристики группы
7. Трансформация социально-трудовых отношений на современных российских промышленных предприятиях
8. Интернет-реклама как социального института в современной России
9. Этническая толерантность студенческой молодежи г. Москвы
10. Трансформация института семьи и демографические процессы в современном российском обществе
11. Адаптация школьной молодежи к рынку труда в контексте социальных трансформаций современной России
12. Семейные ценности современной российской молодежи
13. Детская безнадзорность как социальная проблема современного российского общества
14. Межпоколенные отношения в современной российской семье
15. Наркотизация современной российской молодежи: дифференцированность наркотических практик
16. Нерегулируемая трудовая миграция в современной России
17. Пенсионное обеспечение пожилых граждан в условиях социальной модернизации России
18. Патронатная семья как институт социализации детей-сирот в современной России
19. Православное духовенство как социальная группа современного российского общества
20. Реклама семейного образа жизни в современном российском обществе
21. Образовательные приоритеты молодежи в современном российском обществе
22. Реклама как социокультурный фактор формирования ценностных ориентаций молодежи
23. Ценность здорового образа жизни студенческой молодежи в современном российском обществе
24. Общеобразовательная школа как агент социальной адаптации личности в современном российском обществе

25. Образовательные стратегии российской молодежи в современном российском обществе

26. Подростковая наркомания как форма девиантного поведения в современном российском обществе

27. Повседневная деятельность сельских работающих женщин

28. Профессиональная активность студенческой молодежи в условиях современного российского общества

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Теоретическая социология

Тема 1.1. Теоретико-методологические предпосылки становления социологии как науки. Развитие социологической мысли в России. Развитие классической социологии в Западной Европе. Развитие американской социологии. Современная социологическая теория: основные школы.

Рис.1. Ремесло и мануфактура

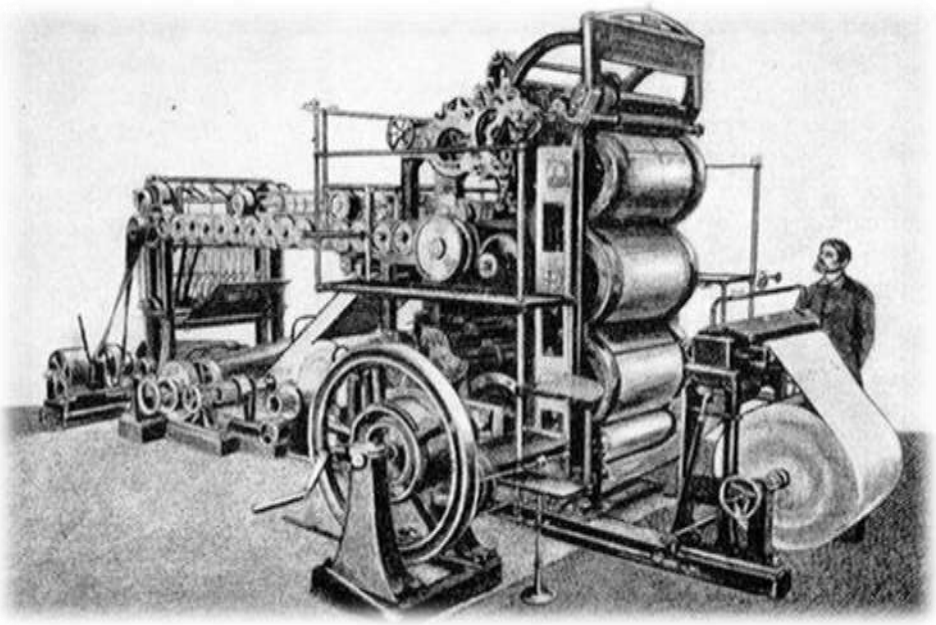


Рис.2. Машинное производство

Рис.3. Индустриализация

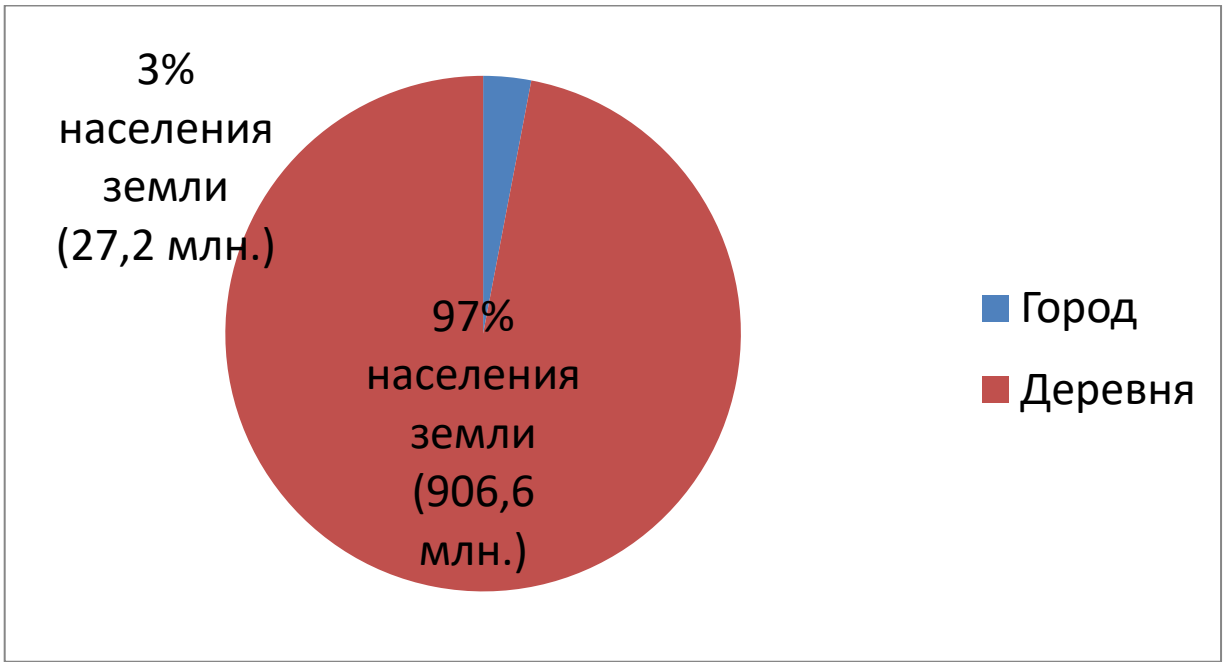


Рис. 4. Соотношение городских и сельских жителей в 1800 г.

Рис.5. Баррикады в Париже 23 февраля 1848 г.

Схема 1

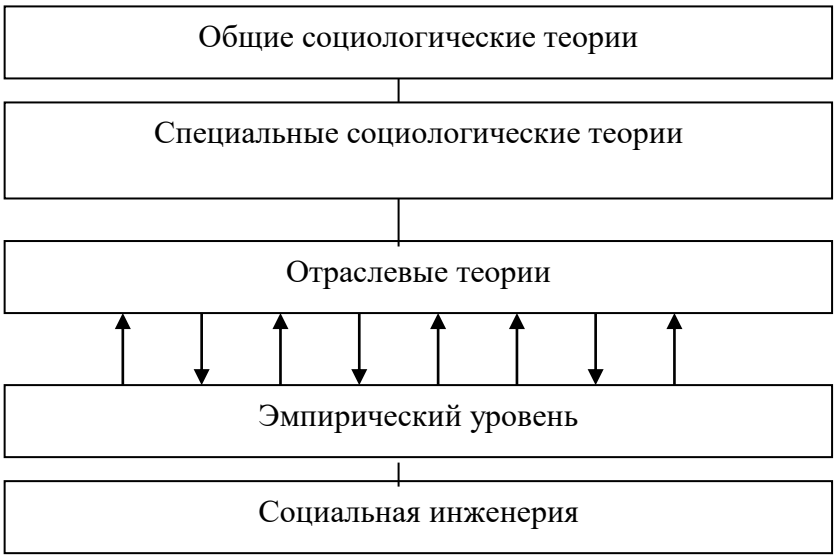
Периоды институционализации социологии в России

Первый этап - 1860-1890 гг.
Второй этап - 1890 г. - начало XX в.
Третий этап - первая четверть XX в.
Четвертый этап - 20-е - 30-е годы XX в.
Пятый этап - конец, 50-х - 90-е годы XX в.
Шестой этап - 90-е годы XX в. по н/вр.

Тема 1.2. Объект и предмет социологии как науки. Место социологии в системе научного знания. Основные категории социологической науки. Функции и законы социологии

Схема 2

Уровни социологического знания



Тема 1.3. Об- **щество как си-**

стема. Социальная стратификация и социальная мобильность. Социальная структура и ее элементы. Социальные институты современного общества. Социальные общности и социальные группы. Социальная стратификация, социальная мобильность.

Схема 3

Основные социальные институты

- экономические институты, служащие для производства и распределения товаров и услуг;
- политические институты, регулирующие осуществление власти и доступ к ней;
- институты стратификации, определяющие размещение позиций и ресурсов;
- институты родства, связанные с браком, семьей и социализацией молодежи;
- институты культуры, связанные с религиозной, научной и художественной деятельностью.

Схема 4

Свойства социальных общностей

1. Социальная общность – это целевая переменная: для того, чтобы люди смогли действовать в одном направлении, объединяя свои усилия и координируя действия, должны совпадать цели их деятельности в данной обстановке и по данному поводу.
2. Социальная общность – это культурно-регулятивная переменная: совпадение целей не обеспечивает надежное взаимопонимание, если соучастники не будут руководствоваться в своих взаимоотношениях едиными, разделяемыми всеми участниками общности правилами и нормами.
3. Социальная общность – это переменная солидарных социальных действий: общность возникает на основе совпадающих целей и разделяемых норм системы солидарных социальных взаимодействий партнеров.

Тема 1.4. Социологическое понимание личности Ролевая теория личности. Социализация личности. Социальная установка: понятие, структура, функции. Социальная идентичность личности

Схема 5

Этапы социализации личности (Э. Эриксон)

- Младенчество (первый год жизни). В результате этого этапа формируется доверие, которое является базовым качеством для всех социальных отношений.
- Раннее детство (2-3 года). Результатом этого этапа является чувство стыда, которое является фундаментом культурных норм.
- Возраст игры (4года – школа). Результат – инициативность.
- Школьный возраст. В возрасте до 12 лет формируется трудолюбие, чувство компетентности.
- Юность 12-13-19-20 лет. Этот период посвящен пониманию себя, приобретению эгоидентичности.
- Ранняя зрелость: (20-25) формирует способность к интимности.
- Средняя зрелость: (26-64). Положительное качество этого возраста – продуктивность, забота о младших.
- Поздняя зрелость: (65 лет – конец жизни). Собирание всех приобретенных качеств, полнота личностных свойств.

РАЗДЕЛ 2. Эмпирическая социология

Тема 2.1. Виды и функции социологического исследования. Программа социологического исследования. Выборка в социологическом исследовании. Измерение в социологическом исследовании. Шкалы и индексы.

Схема 6

Примерная схема программы социологического исследования (метод опроса)

Методологический раздел

- Формулировка проблемы.
- Обоснование актуальности проблемы.
- Цель исследования.
- Задачи исследования.
- Объект исследования.
- Предмет исследования.
- Интерпретация основных понятий.
- Гипотезы исследования.

Методический раздел

- Определение типа исследования.
- Обоснование типа выборочной совокупности.
- Выбор методов сбора информации.
- Логико-концептуальная схема анкеты.
- Логическая структура анкеты.
- График динамики сложности вопросов.
- Примерный инструментарий.
- Рабочий организационный план исследования

Тема 2.2. Количественные методы социологического исследования. Организационные методы социологического исследования. Эмпирические методы социологического исследования. Статистические методы анализа социологической информации. Методы интерпретации социологических данных

Рис. 2. Классификация методов социологического исследования

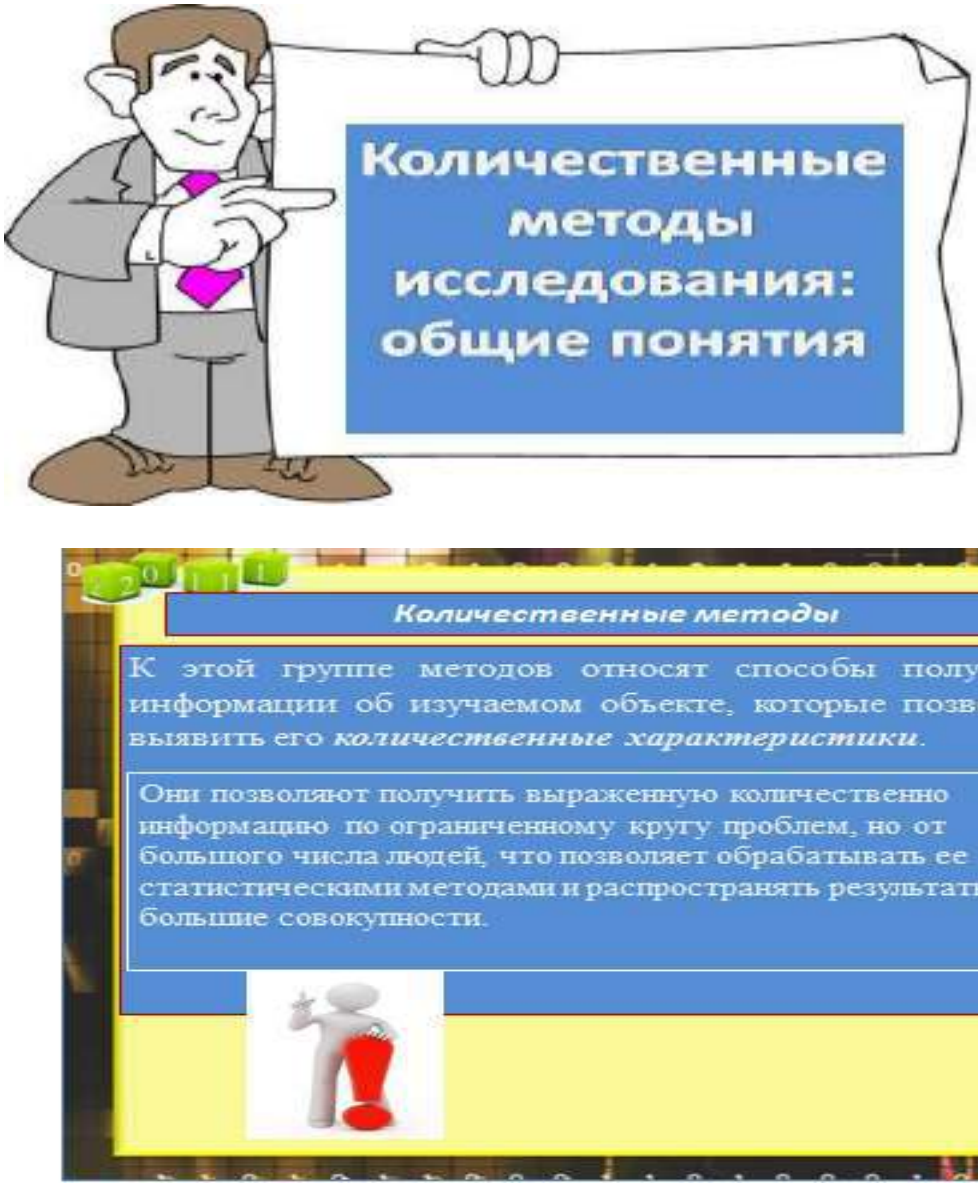


Рис. 3. Количественные методы: общие положения

Таблица 1. Основные характеристики количественной стратегии социологического исследования

Основные критерии	**Характеристика**
Цель применения	Макросоциологическое исследование
	Дать объяснение причин изучаемого явления
Исследовательские задачи	Измерить параметры явления; Установить взаимосвязи между отдельными параметрами;
Позиция исследователя	«сторонний» наблюдатель
В центре внимания исследователей	Социальные структуры и институты; Объективные факторы; Общие социальные процессы
Исследовательские гипотезы формулируются	До начала сбора данных
Исследовательские инструменты	Разрабатываются до полевого этапа; Формализованы, во многом одинаковы для всех исследователей

Единицы анализа	Факты, события, высказывания, акты поведения
Логика анализа	Дедуктивная: от абстракции к фактам путем операционализации понятий
Основные способы анализа	Классификация путем отождествления случаев; Статистическими способами; Систематизация
Данные исследования представляются в виде:	Статистических распределений, шкальных показателей, индексов и т.п
Валидность (надежность) достигается достоверным	Повторением установленных связей

Ограничение 1. Необходимым условием применения количественных методов служит наличие системы понятий, образующих теоретическое описание исследуемого объекта.

Ограничение 2. При использовании количественных методов отсутствует необходимая и эффективная «обратная связь», что тормозит развитие концептуальных представлений, которые необходимы для формирования адекватного понятийного аппарата.

Ограничение 3. Не все явления в равной мере поддаются количественным измерениям, возможности их использования ограничены рамками измерительных процедур за пределами которых исследователь должен опираться на иные методы.

Эмпирические методы исследования **- методы, приемы, способы познавательной деятельности, а также формулирования и закрепления знаний, которые являются содержанием практики или непосредственным ее результатом**

Наблюдение **-- способ сбора информации, осуществляемого на основе регистрации и фиксации первичных фактических данных**

Анализ документов -изучение первичной документации, основанной на исследовании документированной в разной форме информации, непосредственно зафиксированной ранее

Контент-анализ (от англ. content - содержание) – метод количественного изучения содержания социальной информации.

Массовый опрос - исследование, направленное на выявление картины мнений, сложившейся в рамках определенной совокупности людей

Тема 2.3. Качественные методы социологического исследования. Тактики качественного исследования. Методы качественного исследования. Принципы и организация проведения качественных исследований. Анализ данных в качественных исследованиях

Таблица 2. Сопоставление количественных и качественных методов

№ п/п	Основания сравнения	Количественные методы	Качественные методы
1	Цель применения	Дать объяснение причин изучаемого явления	Понять изучаемое явление (случай, процесс)
2	Исследовательские задачи	А) измерить параметры явления б) установить взаимосвязи между отдельными параметрами	А) выявить общую картину явления б) концептуализировать явление, интерпретировать его
3	Позиция исследователя	«сторонний наблюдатель»	«сочувствующий участник»
4	Исследовательские гипотезы формулируются	До начала сбора данных	По мере овладения данными
5	Исследовательские инструменты	А) разрабатываются до полевого этапа б) формализованы, во многом одинаковы для всех исследователей	А) определяются как до полевого этапа, так и в его ходе б) неформализованы, отражают индивидуальный исследовательский опыт
6	Исследовательские задачи	Стандартизованы, предполагается их дублирование	Менее стандартизованы, дублируются редко
7	Единицы анализа	Факты, высказывания, оценки, акты сознания и поведения	Субъективные значения фактов для индивида
8	Данные исследования представляются в различных видах	Статистические распределения, шкальные показатели, индексы и т.п.	Высказывания, документы, интеллектуальные продукты стенограмм, аудио- и видеозаписи, групповые дискуссии и т.п.
9	Стиль исследования	«жесткий»	«мягкий»

Схема 7

Тактики качественного исследования

- **case study -изучение случая**
- **этнографическое исследование**
- **историческое исследование**
- **история жизни**
- **история семьи**
- **grounded theory - восхождение к теории (укорененная теория/ обоснованная теория)**
- **феноменологическое исследование**

Кейс-стади (case study) – традиционная тактика качественного исследования для изучения уникального объекта в совокупности его взаимосвязей.

Примеры качественных методов:
наблюдение
глубинное интервью
фокусированное интервью
традиционный анализ документов

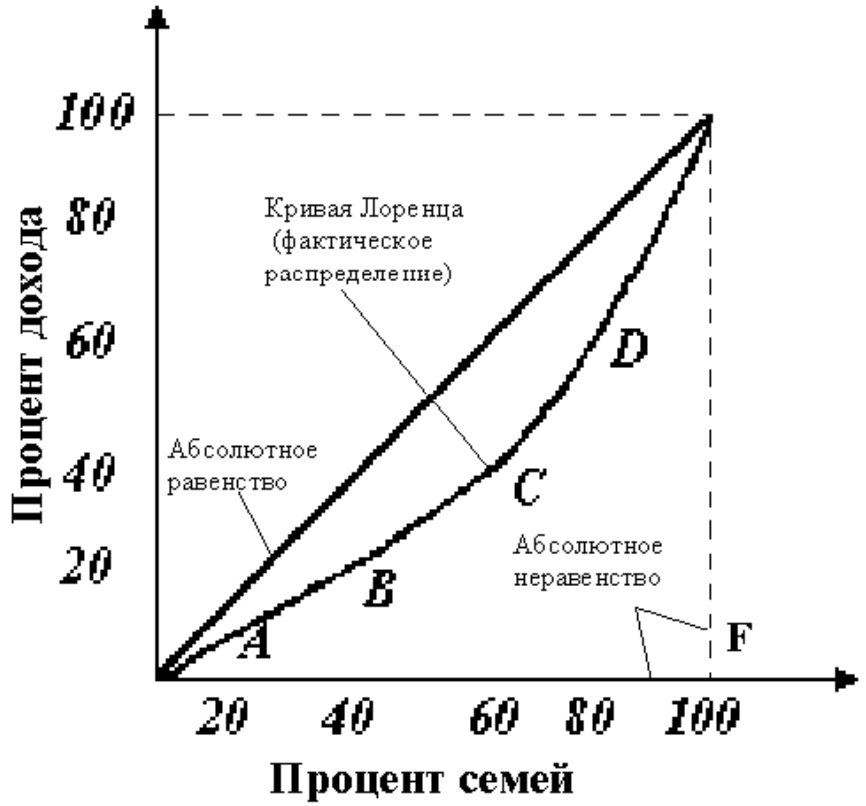
визуальные методы анализа: (анализ рисунков, анализ фотографий, фоторепортажи и др.)

Тема 2.4. Организация социологического исследования в социальной сфере. Специфика социальной сферы как объекта социологического анализа. Проблематика социологических исследований социальной сферы. Применение мониторинговых методик в исследованиях социальной сферы. Организационно-технологические управленческие аспекты прикладного социологического исследования социальной сферы

Схема 6

Наиболее актуальные направления социологического анализа социальной сферы в настоящее время:

- **проблемы социальной защиты различных групп населения и типов семей;**
- **научно-информационное обеспечение анализа и прогнозирования социальных процессов в обществе и регионах;**
- **оценка динамики уровня жизни населения.**



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТРАДИЦИОННЫЕ ЦЕННОСТИ: ОСНОВА РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее напи-

санием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ТРАДИЦИОННЫЕ ЦЕННОСТИ КАК ОСНОВА ЖИЗНИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Тема 1.1. Наши ценности: цивилизационный код.
Перечень изучаемых элементов содержания:

Ценности – нравственные ориентиры, формирующие мировоззрение граждан, лежащие в основе гражданской идентичности и единого культурного пространства государства.

Тема 1.2. Жизнь как абсолютная ценность: от биологически обусловленного к социально ответственному.
Перечень изучаемых элементов содержания:

Понятие жизни, биологическое и социальное в человеке, ценность жизни, проблема смысла жизни.

Тема 1.3. Быть достойным. Нравственные эталоны и образцы поведения.
Перечень изучаемых элементов содержания:

О чести и совести, об искренности, о дружбе, честности и бескорыстии.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ЦЕННОСТИ

Тема 2.1. Милосердие и гуманность: сопряженность понятий
Перечень изучаемых элементов содержания:

О вере и надежде, о прощении и заботе, о любви и жертвенности; об особенностях взаимодействия и правилах общения с людьми, имеющими ОВЗ и инвалидность.

Тема 2.2. Справедливость и законность: диалектика смыслов
Перечень изучаемых элементов содержания:

О справедливости и законности, о свободе и необходимости, о правах и обязанностях.

Тема 2.3. Исторические формы единства. Коллективное начало
Перечень изучаемых элементов содержания:
О коллективизме, о крепкой семье, о созидательном труде, взаимопомощи и взаимоуважении.

РАЗДЕЛ 3. ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И СЛУЖЕНИЕ ОТЕЧЕСТВУ

Тема 3.1. На пути к гражданской идентичности
Перечень изучаемых элементов содержания:
О гражданском единстве, общероссийской гражданской идентичности.

Тема 3.2. Служение Отечеству и ответственность за его судьбу
Перечень изучаемых элементов содержания:
О Родине, о верности, о мужестве и самоотверженности, о силе духа и чувстве долга.

РАЗДЕЛ 4. ОСНОВНЫЕ УГРОЗЫ ТРАДИЦИОННЫМ ЦЕННОСТЯМ. МЕХАНИЗМЫ ИХ СОХРАНЕНИЯ

Тема 4.1. Угрозы традиционным ценностям
Перечень изучаемых элементов содержания:
О «деструктивной идеологии» и ее основе - об анти-ценностях – о беспринципности и гордыне, лицемерии и зависти, о клевете и мести.

Тема 4.2. Механизмы сохранения и укрепления традиционных ценностей
Перечень изучаемых элементов содержания:
О сохранении исторической памяти, о преемственности поколений, о единстве народов.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: Базовые российские ценности.
Форма практического задания: проиллюстрировать ценности произведениями искусства, заполнив таблицу.

	Ценности	Произведения литературы	Кинопроизведения	Музыкальные произведения	Произведения изобразительного искусства
1.	Безопасность				
2.	Бескорыстие				
3.	Вера				
4.	Верность				
5.	Взаимопомощь				
6.	Державность				
7.	Дети				
8.	Доверие				
9.	Достоинство				
10.	Дружба				

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Основные ценности.

Форма практического задания: выбрать из предложенных двадцати ценностей десять; проиллюстрировать их произведениями искусства, заполнив таблицу.

	Ценности	Произведения литературы	Кинопроизведения	Музыкальные произведения	Произведения изобразительного искусства
1.	Единство				
2.	Жертвенность				
3.	Жизнь				
4.	Забота				
5.	Законность				
6.	Здоровье				
7.	Здравый смысл				
8.	Искренность				
9.	Красота				
10.	Любовь				
11.	Милосердие				
12.	Мужество				
13.	Надежда				
14.	Надежность				
15.	Ответственность				
16.	Познание				
17.	Порядок				
18.	Преданность				
19.	Природа				
20.	Прощение				

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: выбрать из предложенных двадцати ценностей десять; проиллюстрировать их произведениями искусства, заполнив таблицу.

	Ценности	Произведения литературы	Кинопроизведения	Музыкальные произведения	Произведения изобразительного искусства
1.	Равенство				
2.	Радость				
3.	Развитие				
4.	Родина				
5.	Родители				
6.	Самоотверженность				
7.	Самостоятельность				
8.	Свобода				
9.	Семья				
10.	Сила воли				
11.	Сила духа				
12.	Совесть				
13.	Справедливость				
14.	Стабильность				
15.	Супруг(а)				
16.	Труд				
17.	Целеустремленность				
18.	Честность				

19.	Честь				
20.	Чувство долга				

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания:
Проиллюстрировать анти-ценности произведениями искусства, заполнив таблицу.

	Ценности	**Произведения литературы**	**Кинопроизведения**	**Музыкальные произведения**	**Произведения изобразительного искусства**
1.	Беспринципность				
2.	Гордыня				
3.	Зависть				
4.	Злорадство				
5.	Клевета				
6.	Лицемерие				
7.	Месть				
8.	Подлость				
9.	Предательство				
10.	Принуждение				

П.2.5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Модуль 1	
Раздел 1. Традиционные ценности как основа жизни российского общества	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Основные ценности	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Гражданская идентичность и служение Отечеству	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 4. Основные угрозы традиционным ценностям. Механизмы их сохранения	Подготовка эссе
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Что обозначает термин «ценности»?
2. Что значит оценить явление?
3. От чего зависит оценка?
4. Могут ли быть ценности общечеловеческими? Почему?
5. Что такое духовно-нравственные ценности? Духовные? Нравственные?
6. Что значит «традиционные ценности»?
7. Что мы относим к области духовного, кроме морали?

Перечень тем эссе к Разделу 1:

1. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области образования и воспитания
2. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области работы с молодёжью
3. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области культуры
4. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области науки

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. В чем своеобразие обыденного представления о жизни?
2. Какие исторические факты могут вступать в противоречие с обыденным представлением о жизни?
3. Чем детерминированы (обусловлены) оценочные суждения о жизни?
4. Что значит утверждение «жизнь не является универсальной ценностью»?
5. Почему определение жизни в Новой философской энциклопедии не может нас полностью удовлетворить?
6. Почему, на взгляд лектора, философы обратились к проблеме жизни в ее биологическом измерении?
7. Что такое социобиология?
8. К каким выводам пришли социобиологи?
9. Поясните слова лектора: «Ученые не смогли преодолеть сугубо биологический, т.е. редукционистский подход к жизни человека». Что такое редукционизм?
10. Какова позиция оппонентов социобиологов?
11. Почему так важно помнить об этом противостоянии идей в решении проблемы сущности человеческой жизни?
12. В чем состоит опасность «биологизаторства», т.е. такого отношения к человеку, согласно которому биологические программы определяют его жизнь?
13. Каковы могут быть возможные негативные последствия такого выбора, описанные еще 20 лет назад Френсисом Фукуямой в своей известной книге «Наше постчеловеческое будущее»?
14. Поясните слова Фукуямы: ««самый глубокий страх перед этой технологией имеет отнюдь не утилитарную природу. скорее это страх перед тем, что в конечном счете биотехнология принесет нам утрату нашей человеческой сущности — то есть важного качества, на котором держится наше ощущение того, кто мы такие и куда идем, какие бы ни происходили изменения с человеком за всю его историю. хуже того, это изменение мы можем провести, не зная, что теряем что-то весьма и весьма ценное».

15. Согласны ли вы с утверждением, что претензия современной науки на всеобщий сущностный характер того знания, которое она получила и развивает безосновательна?
16. Как немецкий философ Вильгельм Дильтей понимал «жизнь»?
17. Что есть жизнь для Фридриха Ницше?
18. Поясните слова лектора: «ЖИЗНЬ народа, нашего многонационального народа, как и ЖИЗНЬ каждого ее представителя, являясь способом бытия Российской цивилизации вмещает в себя и в духовном, и в социальном плане весь ценностный ряд культурного ее кода».
19. Какое устойчивое выражение русского языка как нельзя лучше характеризует образ мысли, а значит, и желаемый ОБРАЗ ЖИЗНИ нашего народа, по мнению лектора?
20. Каковы особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими нарушения слуха?
21. Каковы особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими нарушения зрения?
22. Каковы особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими нарушения речи?
23. Каковы особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими церебральный паралич?
24. Каковы особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими интеллектуальные нарушения?
25. Что такое «правда»? Чем она отличается от понятия «истина»?

Перечень тем эссе к Разделу 2:

1. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области образования и воспитания.
2. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области работы с молодёжью.
3. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области культуры.
4. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области науки.
5. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области социальной защиты лиц с ОВЗ и инвалидностью.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Что значит «оценить» предмет? Какую роль в оценке феномена играет эталон?
2. Почему оценочные суждения одного и то же явление могут не совпадать?
3. Чем отличается прескриптивное высказывание от дескриптивного высказывания? (см. в словарях). Приведите примеры
4. Поясните слова лектора: «Слово «справедливость» бифункционально»
5. Лектор утверждает, что «не только в Древней Греции, но и в философии Древнего Востока справедливость рассматривается как внутренний принцип существования природы, как физический, космический порядок, отразившийся в социальном порядке. Можно сказать, что это некоторая парадигма мышления Древнего мира». Какие примеры приводятся в лекции для иллюстрации этого утверждения?
6. Что обозначает термин «законность»?

7. Что вы знаете о т.н. Законах Хаммурапи. Какую роль они сыграли в истории развития законности?
8. Лектор утверждает, что центральные в христианстве «идея личного бога, идея равенства всех перед ним независимо от пола, национальности и социального положения и идея свободы с представлением о бессмертии души стали основой для трансформации старых идей». Поясните это утверждение.
9. Поясните слова лектора о римском праве: «Фундаментом законности всегда выступала вера как базовая ценность, основополагающий элемент римской культуры права».
10. Какую роль сыграло Римское право в истории развития правовых систем?
11. Как изменилось понимание роли человека у мыслителей эпохи Возрождения по сравнению с богословами Средних веков?
12. Как вы думаете, почему лекторы предприняли «столь длительный обзор истории развития европейской философско-правовой, этическо-правовой мысли, выявление ее закономерностей в последовательном историческом изложении»?
13. Поясните слова лектора: «Индивидуализация» социального пространства – путь, по которому пошла Западная цивилизация, приводит к потере метафизических связей – с трансцендентным, с природным, с социальным, которые помогали человеку во все времена не просто преодолевать сложные моменты своего земного существования, выживать, но и ощущать смысловое наполнение своего бытия, находить опору и надеяться».
14. А каков смысл понятия гендер? Какую опасность для человечества таит этот «свободный его выбор»?
15. Как Вы относитесь к тому, что в западных странах разрешают менять пол даже детям??? Так, в Норвегии подобное право у юных жителей страны появляется с семи лет, а в Великобритании – с девяти. А в Канаде ребёнок даже может не спрашивать родителей разрешения сменить пол. Операцию проведут и без согласия мамы и папы.
16. Помимо традиционных «он» и «она» в Америке и некоторых европейских странах предлагается включить в перечень местоимения «оно» и «они» для тех, кто видит себя вне бинарной системы полов?
17. Какие исторические феномены повлияли на разницу в механизмах формирования и путях развития нашей – российской и их – западной цивилизаций?
18. Что же считали справедливым наши предки, и как они соизмеряли справедливое и законное, как повлияли их ценностные убеждения на развитие нашей цивилизации?
19. Поясните слова лектора: «В отличие от европейской традиции, справедливым считается состояние единства, а не состояние равенства. Единства с централизованным управлением. Своеобразный патернализм»
20. Что мы можем и должны сделать, чтобы не просто не растерять ценностный опыт, но использовать его, перенося лучшее в будущее, оставляя ошибки в прошлом?

Перечень тем эссе к Разделу 3:

1. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области межнациональных и межрелигиозных отношений.
2. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области средств массовой информации и массовых коммуникаций.
3. Государственная политика РФ по сохранению и укреплению российских духовно-нравственных ценностей в области международного сотрудничества.
4. Механизмы укрепления гражданского единства.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Как в языке отражается изменения в социальной жизни общества (на примере слов «служение», «служба», «работа»?
2. Что вы знаете о лейтенанте полиции Магомеде Нурбагандове? (см. иные источники) Как его трагическая гибель повлияла на смысл слова «работа»?
3. Каков смысл понятия «служение»?
4. Что есть «служение» с мотивационной, с телеологической, с деятельностной, с личностной, с аксиологической точек зрения? Приведите примеры
5. «Идеал служения как высшей ценности, значимой для государства, народа формировался в нашем культурном коде с глубокой древности. Наглядным образцом такого служения для ценностного пространства общественного сознания всегда выступали герои», - утверждает лектор. Кого принято называть героем? Кого наши предки (в дохристианской Руси) называли героями?
6. Как принятое Русью христианства формировало в сознании наших предков героические образы?
7. Наше национальное самосознание вобрало в себя разные типы героев, отмеченных верным служением Родине на избранном поприще. Приведите примеры героев-воинов.
8. Как лектор характеризует тех, кого принято называть герой-мастер? Кого можно причислить к героям-мастерам?
9. Герои-первопроходцы… Кто это? Что знаете о таких людях?
10. Лектор утверждает, что «эпоха же Просвещения дала импульс новому наполнению понятия служения». Поясните его слова.
11. «Со словами «служение», «служить» в нашей культуре связаны представления о таких добродетелях, как бескорыстие, нестяжательство, терпение, усердие, скромность. Целый ряд русских пословиц и поговорок вербализует эти смыслы», - говорит лектор. Давайте попробуем истолковать некоторые из них:

– на службу не напрашивайся, от службы не отпрашивайся;
– верно служу – ни по чем не тужу;
– которая служба нужнее, та и честнее;
– тяжел крест, но надо несть.

12. Как вы относитесь к словам бывшего госсекретарь США Мадлен Олбрайт: «Колоссальные богатства Сибири несправедливо принадлежат одной России»?
13. Как менялся смысл слова «Отечество»? От древних греков к христианским богословам…
14. Поясните слова лектора: «Служение Отечеству это патриотизм в действии»
15. Как понимают патриотизм псевдолиберальные идеологи?
16. «Один из высших видов служения – это воинская служба. Но не только в армии можно служить Родине. Ведь не менее важны и другие виды служения», - утверждает лектор. Назовите и проиллюстрируйте современными примерами различные виды служения
17. Какие исторические примеры гражданского служения приводит лектор?
18. «Служением может быть только такая деятельность, которая, не важно, в большой или малой мере, но направлена на укрепление Отечества, на его защиту, на умножение его славы и величия», - поясните слова лектора
19. Как, на ваш взгляд, произведения искусства могут служить делу укрепления нашего Отечества?
20. Что может сделать каждый из нас для процветания нашего Отечества?

Перечень тем эссе к Разделу 4:

1. Деятельность экстремистских и террористических организаций как угроза традиционным ценностям.
2. Деятельность отдельных средств массовой информации и массовых коммуникаций как угроза традиционным ценностям.
3. Действия Соединенных Штатов Америки и других недружественных иностранных государств как угроза традиционным ценностям.
4. Транснациональные корпорации и иностранные некоммерческие организации как фактор угрозы традиционным ценностям.

5. Пропаганда нетрадиционных сексуальных отношений как способ разрушения традиционной семьи.
6. Деструктивная идеология. Понятие и способы существования.
7. Последствия распространения деструктивной идеологии.
8. Способы сохранения исторической памяти и формы противодействия попыткам фальсификации истории.
9. Пути сохранения, укрепления и продвижения традиционных семейных ценностей.
10. Инструменты защиты от внешнего деструктивного информационно-психологического воздействия.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСТОРИЯ РЕЛИГИЙ РОССИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно;

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема 1.1 Что такое религия. Исторические формы ее существования

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные подходы к определению и объяснению сущности религий: богословско-теологический и религиоведческий подходы. Богословско-теологический подход как взгляд изнутри: описание и объяснение конкретных религиозных вероучений. Религиоведческий подход как изучение закономерностей развития и функционирования сущности религий. Примеры. Этимология слова «религия». Понятия профанного и сакрального. Характерные черты профанного и сакрального. Сакральное как священное. Вера как механизм связи сакрального и профанного. Формы веры. Особенности религиозной веры. Вера как переживание. Классификации религий. Пантеизм, теизм – монотеизм, политеизм; деизм, атеизм. Особенности первобытных верований. Своеобразие национально-государственных религий. Характерные черты мировых религий. Роль религий в формировании ценностного кода цивилизации.

Тема 1.2 Авраамические религии. Начало. Иудаизм

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие «авраамические религии». Монотеизм Авраама. Завет Авраама. Понятие завета как договора между Богом и человеком. Понятие обетования как божественного дара человеку. Понятие «теологии». Рационально-логическая и мистико-интуитивная формы теологии.

Иудаизм как религия евреев. Значение Танаха в иудаизме. Основные этапы древней истории евреев. Роль иерусалимского храма. Коэны. Синагога как место для молитвы и ритуаль-

ного чтения Торы. Роль раввина в жизни еврейской общины.

Понятие заповеди. Десять заповедей, данных Богом Моше (Моисею). Нравственный канон иудаизма как его основы. Роль Масоры (Традиции) в жизни еврейского народа. 613 заповедей. Галаха как религиозное законодательство. Нравственный идеал в Притчах царя Шломо. Чувства любви и уважения к ближним, достоинство и уважение к природе человека, справедливость и снисходительное отношение к ближнему, мир и согласие, кротость и терпение, искренность, правдивость и верность, благотворительность, милосердие и сострадание, идеалы гражданской и семейной жизни. Их созвучность ценностным ориентирам, о которых говорится в Указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

Тема 1.3 Христианство. Единство во множестве

Перечень изучаемых элементов содержания

Социально-исторические и духовные предпосылки возникновения христианства. Основные этапы истории христианства. Личность Иисуса Христа. Христианство как богооткровенная религия. Понятия Священного Писания и Священного Предания. Вселенские Соборы и их роль в истории Церкви. Социальные и вероучительные причины раскола между Востоком и Западом. Великая схизма. Особенности традиционных и нетрадиционных христианских конфессий. Основные положения православного вероучения. Символ веры. Таинства в православии и их особенности. Святые православной церкви. Православные праздники и их значение. Православное искусство. Нравственные идеалы православия и их влияние на ценностные установки российской цивилизации. Основные положения католического вероучения. Догмат о непогрешимости Папы. Особенности учение католичества о Деве Марии. Основные положения протестантского вероучения. Отказ от церковного Предания. Символические книги. Символическое понимание таинств. Ценностные установки христианства и их созвучность общероссийским духовно-нравственным ценностям, закрепленным в Указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

Тема 1.4 Ислам. «Праведный путь»

Перечень изучаемых элементов содержания

История возникновения ислама. Пять столпов ислама: принцип единобожия (шахада), ежедневные молитвы (салат/намаз), обязательные пожертвования (закят), пост (саум/ураза), паломничество в Мекку (хаджж). Мухаммад и его проповедь. Ранняя история ислама: эпоха праведных халифов. Образование раннефеодального государства. Общекультурные, теологические, религиозно-культовые заимствования ислама. Коран – священная книга мусульман. Природа и возникновение Корана в исламской традиции. Сунна – Священное Предание. Хадисы и их роль в исламской традиции. Достоверность хадисов. Символ веры ислама. Сотворение мира в исламе. Природа зла в мусульманской традиции. Учение ислама о человеке. Принципы культа. Мифология. Заповеди морали. Эсхатология ислама. Основные школы исламского права. Понятие «шариат». Предписания и запреты ислама. Исламские обряды. Праздники в исламе. Исламские святыни. Кааба. Отношение ислама к другим авраамическим религиям. Мистическая традиция суфизма. Таухид как радикальное единобожие. Ваххабизм и салафизм. Ценностные установки ислама и их созвучность общероссийским духовно-нравственным ценностям,

закрепленным в Указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

Тема 1.5 Буддизм. От страдания к избавлению

Перечень изучаемых элементов содержания

Культурологические и исторические основы буддийской религиозной традиции. Предпосылки возникновение буддизма. Веды. Основные идеи и направления буддизма. Представления об устройстве мира в буддизме. Сидхартха Гаутама, легенда о его жизни. «Четыре благородных истины» и благородный восьмеричный путь спасения. Раскол буддизма на 18 школ. Махаяна («великая колесница»). Ваджраяна («алмазная колесница»). Буддийский священный канон «Трипитака». Понятие духовного учителя в буддизме. Монастыри и монастырские школы. Буддизм в Китае и на Дальнем Востоке. Буддизм и синтоизм: общее и особенное. Ламаизм. Прибытие Дипанкары Шриджняны (Атиши). Далай-лама. Буддийский культ и образ жизни. Буддистский путь следования добродетелям. Принцип ахимсы – ненасилия, основанного на любви и доброте. Ценность рождения человеком в буддийской традиции. Доброта матерей и понятие об истинной любви в буддизме. Ценность крепкой семьи в буддийской культуре. Ценностные установки буддизма и их созвучность традиционным духовно-нравственным ценностям российской цивилизации.

Тема 2.1 Новые религиозные движения. Риски и угрозы

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие новых религиозных движений и культов, их отличительные признаки, причины возникновения и распространения. Проблема определения новых религиозных движений: «альтернативные и неконфессиональные религии», «нетрадиционные религии», «возникающие религии», «тоталитарные и деструктивные секты и культы». Отечественные и зарубежные исследователи о природе и причинах появления нетрадиционных религиозных движений и культов. Причины возникновения новых религиозных движений и культов в РФ. Отечественные традиции изучения новых религиозных движений. Типы нетрадиционных религиозных движений и культов. От идей Мартина Лютера до неохристианства. Основатели и лидеры новых религиозных движений и культов, их статус, роль в возникновении и распространении неорелигиозных объединений. Последователи нетрадиционных религиозных образований, основные мотивации и способы обращения, особенности психологии и поведения. Проникновение сектантских влияний в государственные органы в дореволюционной и современной истории России. Государственно-правовое регулирование деятельности новых религиозных движений в современной России. Взаимопонимание и взаимоуважение как основа существования многонационального и многоконфессионального российского общества.

Тема 2.2 Религиозная ситуация в современном мире. Религиозный радикализм и экстремизм

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие и причины религиозного радикализма и экстремизма. Сущность и признаки религиозного радикализма. Фанатизм и фундаментализм как разновидности деструктивного радикализма. Экстремизм и терроризм. Признаки религиозного радикализма и терроризма. Причины, формы и структура религиозного радикализма. Религиозная терпимость как способ до-

стижение мира. Противодействие религиозному радикализму и экстремизму. Основные проблемы противодействия религиозного радикализму и экстремизму. Международный опыт борьбы с религиозным радикализмом и экстремизмом. Правовые основы противодействия религиозному радикализму и экстремизму. Духовно-нравственные ценности как элемент национальной безопасности России.

Тема 2.3 История России как поликонфессионального государства-цивилизации. Часть 1 (X-XVIII вв.)

Перечень изучаемых элементов содержания

Исторические формы взаимоотношений христианских конфессий и российского государства (X–XVIII вв.). Предпосылки и формы принятия христианства на Руси. Основные этапы развития Русской Церкви. Древняя Русь: государство как гарант церковной организации на Руси (X–XIII вв.). Феодальная раздробленность и татаро-монгольское иго. Церковь как фактор духовной целостности (XIII–XV вв.). Значение установления автокефалии Русской церкви для развития государства. Московское Царство. Установление патриаршества. Роль Русской церкви в преодолении Смуты. Реформы патриарха Никона и возникновение старообрядчества.

Религиозная ситуация в России в конце XVII- начале XVIII веков: церковная реформа Петра Великого. Интеграция народов, традиционно исповедующих ислам. Развитие православного и мусульманского духовенства. Российская империя. Синодальный период в истории Русской православной церкви – в XIX – начале XX вв. Религиозная жизнь в начале XX в.

Деятельность Римско-католической Церкви в России. Папство и Русь в X–XV вв. Просветительская деятельность Кирилла и Мефодия и противодействие католицизму. Политика веротерпимости киевских князей Всеволода Ярославовича (1078–1093) и Святополка Изяславовича (1093–1113). Первые лютеранские общества в Москве и Нижнем Новгороде. Лютеранские церкви в Петербурге. Период колонизации немцев-крестьян в период правления Екатерины II.

Возникновение мусульманской цивилизации на территории современной России. Исламские институты в России в 1 пол. XVIII в.: возрождение традиции и адаптация к условиям Нового времени. Система миллетов – этноконфессиональных общин.

История распространения буддизма в Российской империи. Бохайское государство. Подготовка в бурятских родах лам, верноподданных российского императора. Признание буддизма одной из государственных религий Российской Империи. Признание Екатерины Великой воплощением Белой Тары на Земле.

Права инославных в Российской Империи. Единичные появления евреев на территории Российского государства. Иудаизм на территории России в Смутное время. Правление Екатерины II Великой: введение черт оседлости.

Тема 2.4 История России как поликонфессионального государства-цивилизации. Часть 2 (XIX-XX вв.)

Перечень изучаемых элементов содержания

Исторические формы взаимоотношений христианских конфессий и российского государства (XIX–XX вв.) Советский период. Борьба Церкви за выживание в атеистическом государстве (XX век). Сотрудничество Церкви и государства на современном этапе развития (кон. XX–XXI вв.). Социальное служение православной общины. Распространение католицизма в России в XVIII–XIX вв. Судьба католицизма в советское время. Католические приходы в России к началу 90-х годов XX в. Современное положение римско-католической церкви в россий-

ском обществе. Социальное служение католиков в России. История развития взаимоотношений государства и различных течений протестантизма.

Мусульмане в Российской империи: государственная политика и проекты реформ. Проекты реформ Духовных управлений российских мусульман. Мусульмане СССР и России в 90-е годы XX в.: возрождение традиций. Мусульмане в Российской Федерации. Социальное служение мусульман.

Предпосылки легитимизации буддизма: разрешение свободного исповедания и распространения буддизма в XIX веке. История распространения буддизма в СССР. Буддизм в «пятилетку безбожия». Буддийская традиционная Сангха в России.

История иудаизма в XIX веке. Регистрация еврейских организаций в современной России.

Сохранение этнических религий в современной России. Федеральный закон «О гарантиях прав коренных народов России». Особый статус малых народов, закрепленный Конституцией РФ. Право на безвозмездное пользование земель, полезных ископаемых. Государственная политика России в отношении коренных малочисленных народов. Концепция устойчивого развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации.

Тема 2.5 Настоящее и будущее России как поликонфессионального государства-цивилизации. Основные проблемы и пути их решения

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные религиозные конфессии на территории современной России. Философско-методологические основания межрелигиозного диалога. Основные принципы и столичные/региональные площадки диалога религий. Российское законодательство в сфере религии. Права и свободы верующих. Правовой статус НКО. Православный опыт межконфессионального диалога в мировой истории. Проблема диалога с исламом на Кавказе. Правовой статус иудеев в истории России. Основные сложности диалога с иудаизмом и попытки их преодоления. Отношение буддизма к другим религиям. Социальная концепция РПЦ в вопросах межконфессионального сотрудничества. Взаимодействие традиционных конфессий в борьбе с тоталитарным сектантством. Отношение традиционных религий к государству. Русская Православная Церковь в диалоге религий. Римско-католическая Церковь в межконфессиональном диалоге: практический опыт диалога Института Св. Фомы. Экуменическое движение. Основания межрелигиозного диалога в современной России: мусульманская перспектива. Культура мира и дипломатия сквозь призму буддийской философии. Суперэкуменизм и пределы диалога.

Тема 2.6 Влияние традиционных религий России на формирование ценностного кода российской цивилизации

Перечень изучаемых элементов содержания

Религиозные традиции народов России в их историческом развертывании как источник общероссийских духовно-нравственных ценностей. Специфика российского понимания должного, российского нравственного идеала. Влияние традиционных религий на его установление. Милосердие, гуманность в контексте христианской, исламской и иудейской антропологии. Буддизм о сострадании. Противостояние традиционных религий идеям трансгуманизма. Бескорыстие как способ взаимодействия верующих людей на пути к Богу в традиционных религиях. Специфика понимания справедливого и законного в традиции российского народа как результат взаимодействия с государственной властью. Влияние традиционных религий на формиро-

вание гражданской идентичности россиянина. Гражданственность и патриотизм в контексте религиозных исканий представителей традиционных религий России. Поиск религиозными организациями России путей укрепления единства народов России независимо от конфессиональной принадлежности: деятельность Межрелигиозного совета России в этом направлении.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема практического занятия 1.1 Что такое религия. Исторические формы ее существования

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Основные подходы к определению и объяснению сущности религий: богословско-теологический и религиоведческий подходы
2. Вера как механизм связи сакрального и профанного
3. Особенности религиозной веры
4. Своеобразие национально-государственных религий
5. Роль религий в формировании ценностного кода цивилизации

Тема практического занятия 1.2 Авраамические религии. Начало. Иудаизм

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Рационально-логическая и мистико-интуитивная формы теологии
2. Роль раввина в жизни еврейской общины
3. Десять заповедей (Декалог), данных Богом Моше (Моисею)
4. 613 заповедей. Основные области регулирования.
5. Чувства любви и уважения к ближним, достоинство и уважение к природе человека, справедливость и снисходительное отношение к ближнему, мир и согласие, кротость и терпение, искренность, правдивость и верность, благотворительность, милосердие и сострадание, идеалы гражданской и семейной жизни. Их созвучность тем ценностным ориентирам, о которых повествует Президент Российской Федерации в Указе № 809

Тема практического занятия 1.3 Христианство. Единство во множестве

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Социально-исторические и духовные предпосылки возникновения христианства
2. Значение Священного Писания и Священного Предания в христианстве
3. Социальные и вероучительные причины раскола между Востоком и Западом
4. Нравственные идеалы православия и их влияние на ценностные установки российской цивилизации
5. Ценностные установки христианства и их созвучность ценностным ориентирам, о которых повествует Президент Российской Федерации в указе № 809

Тема практического занятия 1.4 Ислам. «Праведный путь»

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. История появления ислама
2. Общекультурные, теологические, религиозно-культовые заимствования ислама
3. Учение ислама о человеке
4. Предписания и запреты ислама
5. Исламские обряды. Праздники в исламе

Тема практического занятия 1.5 Буддизм. От страдания к избавлению

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Культурологические и исторические основы буддийской религиозной традиции
2. Представления об устройстве мира в буддизме
3. Понятие духовного учителя в буддизме
4. Буддистский путь следования добродетелям
5. Ценностные установки буддизма и их созвучность российской цивилизации

Тема практического занятия 2.1 Новые религиозные движения. Риски и угрозы

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Проблема определения новых религиозных движений: «альтернативные и неконфессиональные религии», «нетрадиционные религии», «возникающие религии», «тоталитарные и деструктивные секты и культы»
2. Причины возникновения новых религиозных движений и культов в РФ
3. Последователи нетрадиционных религиозных образований, основные мотивации и способы обращения, особенности психологии и поведения
4. Государственно-правовое регулирование деятельности новых религиозных движений в современной России
5. Взаимопонимание и взаимоуважение как основа существования многонационального и многоконфессионального российского общества

Тема практического занятия 2.2 Религиозная ситуация в современном мире. Религиозный радикализм и экстремизм

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Понятие и причины религиозного радикализма и экстремизма
2. Причины, формы и структура религиозного радикализма
3. Религиозная терпимость как способ достижение мира
4. Основные проблемы противодействия религиозного радикализму и экстремизму
5. Духовно-нравственные ценности как элемент национальной безопасности России

Тема практического занятия 2.3 История России как поликонфессионального государства-цивилизации. Часть 1 (X-XVIII вв.)

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Предпосылки и формы принятия христианства на Руси
2. Церковь как фактор духовной целостности (XIII–XV вв.)
3. Возникновение мусульманской цивилизации на территории современной России
4. История распространения буддизма в Российской империи
5. Иудаизм на территории России

Тема практического занятия 2.4 История России как поликонфессионального государства-цивилизации. Часть 2 (XIX-XX вв.)

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Исторические формы взаимоотношений христианских конфессий и российского государства (XIX–XX вв.)
2. Борьба Церкви за выживание в атеистическом государстве (XX век)
3. Сотрудничество Церкви и государства на современном этапе развития (к. XX–XXI вв.)
4. Сохранение этнических религий в современной России
5. Государственная политика России в отношении коренных малочисленных народов

Тема практического занятия 2.5. Настоящее и будущее России как поликонфессионального государства-цивилизации. Основные проблемы и пути их решения

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Социальная концепция РПЦ в вопросах межконфессионального сотрудничества
2. Взаимодействие традиционных конфессий в борьбе с тоталитарным сектантством
3. Отношение традиционных религий к государству
4. Русская Православная Церковь в диалоге религий
5. Основания межрелигиозного диалога в современной России: мусульманская перспектива
6. Культура мира и дипломатия сквозь призму буддийской философии
7. Суперэкуменизм и пределы диалога

Тема 2.6 Влияние традиционных религий России на формирование ценностного кода российской цивилизации

Форма практического задания: дискуссия

Примерный перечень вопросов:

1. Религиозные традиции народов России как источник общероссийских духовно-нравственных ценностей.
2. Специфика российского понимания должного, российского нравственного идеала. Влияние традиционных религий на его установление.
3. Милосердие, гуманность в контексте христианской, исламской и иудейской антропологии. Буддизм о сострадании.
4. Бескорыстие как способ взаимодействия верующих людей на пути к Богу в традиционных религиях.

5. Специфика понимания справедливого и законного в традиции российского народа как результат взаимодействия с государственной властью.
6. Гражданственность и патриотизм в контексте религиозных исканий представителей традиционных религий России.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Религия как общественный феномен. Традиционные религии в России и мире: проблемы и решения	Подготовка к дискуссии
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Исторические аспекты формирования России как поликонфессионального государства-цивилизации	Подготовка к дискуссии
	Самостоятельное изучение материала раздела

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Определения религии в различных философских традициях
2. Теологический подход к проблеме происхождения религии
3. Светский подход к проблеме происхождения религии: натуралистический, социологический, психологический подходы
4. Ранние формы религии и их особенности: анимизм, культ предков, тотемизм, фетишизм, шаманизм
5. Национально-государственные религии, их особенности (на примере иудаизма, индуизма)
6. Мировые религии. Характерные черты (на примере одной из них)
7. Механизмы влияния религии на формирование ценностных установок цивилизации.
8. Роль представлений о профанном и сакральном в восприятии окружающего мира
9. Пантеистические и теистические религии: основные различия, отношение к миру
10. Деизм как религиозное мировоззрение: основные положения и представители
11. Авраамические религии как религии Откровения
12. Основные положения вероучения иудаизма
13. Проблема периодизации истории еврейского народа
14. Содержание священных книг иудаизма
15. Своеобразие иудейских традиций и их значение для развития цивилизации
16. Пророки и праведники в иудейской традиции
17. Отличительные черты религиозных групп в иудаизме: ортодоксальная, реформистская, консервативная группы.
18. Иудаизм в России: история и современность.
19. Ценностные установки иудаизма и их созвучность российской цивилизации
20. Почему «более двух с половиной веков христианство в Римской империи было «гонимой религией»? Что значит «быть гонимой»?

21. Кого в христианстве принято называть «святым»? Перечислите 9 ликов святости согласно православной традиции
22. Приведите примеры русских святых
23. Что такое канонизация? Какие критерии канонизации святых?
24. Что такое Вселенский Собор? Какую роль эти Соборы играли в жизни христианской Церкви?
25. Каковы основные организационные и догматические разногласия между католиками и православными?
26. «Каждый мусульманин обязан знать качества, которыми описан Аллах». Что это за качества?
27. Что значит для мусульманина быть справедливым и милосердным? Какие два принципа являются основой справедливости (адль)?
28. Поясните слова 40-го ая́та 42 Суры Корана: «Воздаяние за зло - равноценное зло. Но если кто простит и установит мир, то его награда будет за Аллахом».
29. Что такое шариат? Какова его структура?
30. Какую роль играет семья в жизни мусульманина? Поясните… Как регулируются отношения в семье? Как распределяются права и обязанности?
31. Что такое никях? Кто его может читать?
32. Есть ли в буддизме единая церковная организация? Какова жизнь буддистской общины? Кто может стать ее членом?
33. Как организована жизнь буддистского монастыря?
34. Что такое «ступа»? Какую роль она играет в жизни буддистской общины?
35. Что такое сутра? Какую роль играет сутра в жизни буддиста?
36. Чем известен царь Менандр? Каково влияние буддизма на древних греков?
37. В каких странах распространена Хинаяна?
38. В каких странах распространена Махаяна?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Методы психологического воздействия в тоталитарных сектах
2. Новые религиозные движения и секты: споры об отличительных признаках
3. Религиозные течения, возникшие в 60-70-е годы XX века
4. Наличие харизматического лидера как признак НРД: исторические примеры.
5. Сатанизм: основные источники и представители.
6. Возникновение неоязыческих сект: социальный и политический аспект.
7. Механизмы контроля адептов в тоталитарных сектах.
8. Свидетели Иеговы: основные вероучительные положения.
9. Новые религиозные движения: отличия культа от секты и деноминации.
10. Правовое регулирование деятельности новых христианских движений в России
11. Ваххабизм и ислам: причины возникновения радикальных террористических движений.
12. Современные методы борьбы с общественно-опасными религиозными объединениями.
13. Инициативы Православной Церкви в борьбе с религиозным радикализмом.
14. Религия и политика: исторические примеры взаимного влияния.
15. Христианство и война: теория нравственной санкции.
16. Воинствующий атеизм как вид религиозного экстремизма.
17. Религиозный фанатизм и подвижничество: принципиальные различия.
18. Религиозный экстремизм в России 1990-х годов: терроризм, коммерческие культы и оккультные секты.
19. Радикализм в иудаизме: религиозная партия Хасидов.

20. Соотношение политического и религиозного аспектов в современных межнациональных отношениях.
21. Предпосылки и формы принятия христианства на Руси.
22. Киевская Русь: государство как гарант церковной организации на Руси (X–XIII вв.).
23. Папство и Русь в X–XV вв. История взаимоотношений.
24. Лютеранство в России: общины в Москве, Нижнем Новгороде и Петербурге.
25. Возникновение мусульманской цивилизации на территории современной России.
26. История распространения буддизма в Российской Империи.
27. Иудаизм на территории России в Смутное время.
28. Введение черт оседлости в правление Екатерины II Великой: причины и последствия.
29. Православная Церковь в период татаро-монгольского ига на Руси: социально-политическая деятельность.
30. Православная Церковь в период татаро-монгольского ига на Руси: искусство и литература.
31. Исторические формы взаимоотношений христианских конфессий и российского государства (XIX-XX вв.).
32. Советский период. Борьба Церкви за выживание в атеистическом государстве (XX век).
33. Сотрудничество Церкви и государства на современном этапе развития (к XX – XXI вв.).
34. Распространение католицизма в России в XVIII–XIX вв.
35. История развития взаимоотношений государства и различных течений протестантизма.
36. Мусульмане в Российской Империи: государственная политика и проекты реформ.
37. Разрешение свободного исповедания и распространения буддизма в XIX веке.
38. История иудаизма в XIX веке. Регистрация еврейских организаций в современной России.
39. Социальная концепция РПЦ в вопросах межконфессионального сотрудничества (XIX-XX вв.)
40. Взаимодействие традиционных религий с государством в военное время.
41. Экуменизм и межрелигиозный диалог в современном мире.
42. Закон о защите чувств верующих: основные положения.
43. Основные этапы исторического взаимодействия исламской и христианской цивилизаций.
44. Библия и Коран - основы мироощущения христианской и арабо-исламской культур.
45. Диалог религий: исторический опыт и принципиальные основания
46. Христианская модель межрелигиозного диалога
47. Мусульманская модель межрелигиозного диалога
48. Иудейская модель межрелигиозного диалога
49. Буддистская модель межрелигиозного диалога
50. Новые религиозные движения в диалоге с мировыми религиями
51. Религиозные традиции народов России как источник общероссийских духовно-нравственных ценностей.
52. Гражданственность и патриотизм в контексте религиозных исканий представителей традиционных религий России.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия. Тема 1.1. «Что такое Россия?»

Цели занятия: формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической ор-

ганизации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Многообразие России: природно-географическое, социально-политическое, социокультурное измерение и характеристики современной России. Необходимость системного характера деятельности по сохранению и воспроизводству российской государственности, многоукладного характера ее культуры. От многообразия страны к многомерности общественных отношений. Многонациональная отечественная культура. Историческое разнообразие субъектов, процессов и явлений (ценности, символы). Современное социально-экономическое развитие страны (хозяйственная специализация российских регионов). Политическая многомерность российской политики (федеративное единство). Роль личности в российской истории. Герои России: общегосударственное и региональное. 4 измерения героического: выдающиеся политические и государственные деятели (а), выдающиеся ученые (б), выдающиеся деятели культуры (в) и выдающиеся образцы служения и самопожертвования во имя Родины (г). От опыта прошлого к героизму современности. Герои настоящего. Презентация ключевых испытаний, пережитых Россией, и побед, одержанных российским обществом. Исторические, географические причины вызовов. Презентация ключевых символов России. Символы общенациональные и местные (субъектов). Внутренняя репрезентация традиционных исторических символов и война с российскими символами как часть «русофобии».

Тема лекционного занятия. Тема 1.2. Российское государство-цивилизация

Цели занятия: ознакомление обучающихся не только с общими природно-географическими или социально-политическими характеристиками современной России, но и вовлечение их в обсуждение наиболее интересных и характерных её особенностей, в частности, погружение студентов в многонациональную российскую культуру.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Цивилизационный подход как методология исследования общественных процессов. Цивилизационный подход и его базовые категории (цивилизация, прогресс, стадии развития, цикличность, «столкновение цивилизаций», многополярность, детерминизм, релятивизм, глобализация, «евразийство»). Ключевые принципы цивилизации (длительное историческое развитие, преемственная целостность политической и моральной философии, значительное культурное и социально-экономическое влияние, отдельные системы мировоззрений), основания цивилизационного размежевания (военные, географические, религиозные и пр.), Сторонники мирового и российского цивилизационного подхода (А.С. Хомяков, Н.Я. Данилевский, К.Н. Леонтьев, В.И. Ламанский, Н.С, Трубецкой, П.Н. Савицкий, Л.Н. Гумилев, А.С. Панарин, В.Л. Цымбурский, А.В. Коротаев, Ф. Гизо, А. Тойнби, О. Шпенглер, С. Хантингтон). Цивилизационный подход и другие научные парадигмы (формационный подход, национализм, социальный конструкционизм). «Национальное государство», «государственация» и «государства-цивилизации». Перспективы применения цивилизационного подхода в анализе стадий развития человеческих сообществ. Проблемное отношение цивилизационного подхода к категориям детерминизма, прогресса и актуальных процессов современности. Ценностные константы российской цивилизации (единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие). Миссия цивилизационного развития России в работах отече-

ственных философов, историков, юристов, политиков, деятелей культуры. Историко-политические основания российской цивилизации (консерватизм, коммунитаризм, солидаризм и космизм российской религиозной философии). Цивилизационный транзит России: от родоплеменной и феодальной раздробленности к имперско-цивилизационному проекту и федеративно-цивилизационному типу. Роль цивилизационного фактора в интеграционных проектах. Аккультурационные практики (гражданская идентичность, государственный патриотизм, формирование институтов социализации и соответствующей политики памяти. Политико-философское сопровождение цивилизационного развития. Россия и цивилизационные образования современности (китайский, индийский, персидско-иранский, тюркский, иберо-американский).

Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Политическое устройство России

Цели занятия: рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении; - исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития; - обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость).

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Власть, государство как категории аппарата общественных наук. Концепции политических систем и политических режимов. Конституционные принципы и разделение властей. Принцип разделения властей и демократия. Объективное представление российских государственных и общественных институтов, их истории и ключевых причинно-следственных связей последних лет социальной трансформации. Конституция России. Основы конституционного строя России. Особенности современного российского политического класса. Генеалогия ведущих политических институтов, их история причины и следствия их трансформации. Уровни организации власти в РФ. Конфигурации российской государственности в текущем институциональном измерении. Региональная и муниципальная политика. Сопряжение деятельности федерального центра, субъектов федерации и органов местного самоуправления. Многообразие российской политики и многоуровневость ее работы. Политика и культура. Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы Государственные проекты и их значение

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА

Тема практического занятия 1.1. «Что такое Россия»

Форма практического задания: дискуссия.

Примерный перечень вопросов:

1. Приведите примеры исторических событий, которые стали испытанием для народа и страны, и привело к победе.

2. Проследите процесс преодоления испытаний через историю собственной семьи.

3. Российские регионы в сравнительном аспекте.

4. Культурное разнообразием народов России.

5. Герой нашего времени. Кто он?

Тема практического занятия 1.2. Российское государство-цивилизация

Форма практического задания: дискуссия.

Примерный перечень вопросов:

1. В какой степени цивилизационный подход применим в отношении различных сообществ?

2. Какие исторические этапы в развитии российской цивилизации вы можете назвать?

3. Какие факторы на разных исторических этапах влияли на развитие российской цивилизации?

4. Можно ли утверждать, что на развитие российской цивилизации на разных исторических этапах влияли природно-географические факторы? Если – да, то каким образом?

5. В какие периоды русской истории происходила защита добра и правды ценой самопожертвования русского народа?

РАЗДЕЛ 2. РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

Тема практического занятия 2.1. Политическое устройство России

Форма практического задания: дискуссия.

Примерный перечень вопросов:

1. Пять конституций России: сравнительный анализ.

2. Поправки в Конституцию РФ 2020 г. как способ повышения легитимности власти

3. Возможно ли планирование на столетие вперед?

4. Национальные проекты и государственные программы как средство обеспечения суверенитета и развития в условиях санкций.

5. Какие формы гражданского участия являются наиболее эффективными и конструктивными?

Тема практического занятия 2.2. Вызовы будущего и развитие страны

Форма практического задания: дискуссия.

Примерный перечень вопросов:

1. Каковы глобальные вызовы и пути их преодоления Россией?

2. Почему необходима консолидация российского общества в современных условиях?

3. Определите ресурсы развития российского общества.

4. Разработка механизмов решения демографических проблем.

5. Отстаивание собственных ценностей и культуры в условиях информационного противоборства и «гибридной войны».

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы обучающихся
Модуль 1	
Раздел 1. Фундаментальные особенности Российского государства	Подготовка к дискуссии
	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Российская Федерация: настоящее и будущее	Подготовка к дискуссии
	Самостоятельное изучение материала раздела

Задания для самостоятельной работы

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Страна в её пространственном, человеческом, ресурсном, идейно-символическом и нормативно-политическом измерении
2. Объективные и характерные данные о России, её географии, ресурсах, экономике.
3. Население, культура, религии и языки.
4. Современное положение российских регионов.
5. Выдающиеся персоналии («герои»).
6. Ключевые испытания и победы России, отразившиеся в её современной истории.
7. Исторические, географические, институциональные основания формирования российской цивилизации.
8. Концептуализация понятия «цивилизация» (вне идей стадиального детерминизма).
9. Что такое цивилизация? Какими они были и бывают?
10. Плюсы и минусы цивилизационного подхода.
11. Особенности цивилизационного развития России: история многонационального (наднационального) характера общества перехода от имперской организации к федеративной, межцивилизационного диалога за пределами России (и внутри неё).
12. Роль и миссия России в работах различных отечественных и зарубежных философов, историков, политиков, деятелей культуры.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Основы конституционного строя России.
2. Особенности современного российского политического класса.
3. Генеалогия ведущих политических институтов, их история причины и следствия их трансформации.
4. Уровни организации власти в РФ.
5. Государственные проекты и их значение (ключевые отрасли, кадры, социальная сфера).
6. Сценарии перспективного развития страны и роль гражданина в этих сценариях.
7. Глобальные тренды и особенности мирового развития.
8. Техногенные риски, экологические вызовы и экономические шоки.
9. Суверенитет страны и его место в сценариях перспективного развития мира и российской цивилизации.
10. Стабильность, миссия, ответственность и справедливость как ценностные ориентиры для развития и процветания России.

11. Солидарность, единство и стабильность российского общества в цивилизационном измерении.
12. Стремление к компромиссу, альтруизм и взаимопомощь как значимые принципы российской политики.
13. Ответственность и миссия как ориентиры личностного и общественного развития.
14. Справедливость и меритократия в российском обществе.
15. Представление о коммунитарном характере российской гражданственности, неразрывности личного успеха и благосостояния Родины.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ ПРОФИЛАКТИКИ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕРРОРИЗМУ И ЭКСТРЕМИЗМУ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ТЕРРОРИЗМ И ЭКСТРЕМИЗМ – ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Цели:

- сформировать представление о теоретических основах современного экстремизма и терроризма;

- раскрыть основные теоретические основы современного экстремизма и терроризма;

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1.1	Террология как наука и учебная дисциплина. Соотношение понятий «радикализм», «экстремизм» и «терроризм». Понятие и подходы к определению экстремизма и терроризма. Сущностные характеристики экстремизма и терроризма. Природа и отличительные черты терроризма. Современные причины терроризма и экстремизма, их классификация и тенденции. Субъекты и объекты терроризма и экстремизма. Радикализация – основа экстремизма и терроризма. Уровни проявления терроризма. Терроризм как идеология, образ мышления и действий. Терроризм как деятельность. Виды террористических актов, их цели, мотивы и способы осуществления.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 1.2	Экстремизм, терроризм и террористическая деятельность - угроза национальной безопасности России. Виды экстремизма и терроризма в современной России, их идеологическая основа и факторы, влияющие на распространение. Особенности Москвы и Московской области по проявлению угроз экстремистского и террористического характера. Общая характеристика международного законодательства в сфере борьбы с экстремизмом и терроризмом. Система и особенности государственной политики в сфере профилактики и противодействия экстремизму и терроризму в России. Нормативное правовое обеспечение антиэкстремистской и антитеррористической деятельности, профилактика и противодействие идеологии экстремизма терроризма в России и их классификация. Законодательная и нормативная правовая база по организации профилактики и противодействия идеологии экстремизма и терроризма в России. Организационные основы профилактики и противодействия экстремизму и терроризму в Российской Федерации. Ответственность за профилактику и противодействие идеологии экстремизму и терроризму в образовательной организации. Уголовно-правая ответственность за ведение экстремистской и террористической деятельности.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 1.3	Психология терроризма. Психология террориста. Психология жертвы терроризма. Характеристика личности экстремиста и террориста. Многофакторная модель формирования сознания террориста. Факторы риска формирования террористического сознания. Универсальные методы вербовки экстремистов и террористов. Факторы, повышающие эффективность деятельности вербовщиков террористических и экстремистских организаций. Характерные черты психологического портрета экстремиста и террориста. Психология характера экстремиста и террориста. Женщины и терроризм. Психология совершения террористического акта. Потребности индивида – основа приобщения к экстремизму и терроризму. Типы личности террориста, использующего	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	взрывные устройства. Психология противодействия экстремизму и терроризму в российском обществе.	

РАЗДЕЛ 2. КЛАССИФИКАЦИЯ ИДЕОЛОГИЙ СОВРЕМЕННОГО ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА, ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА, ПРОФИЛАКТИКА И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

Цели:

- сформировать представление о видах экстремизма и терроризма;

- раскрыть основные положения противодействия экстремизму и терроризму через их классификацию.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 2.1	Понятие политического экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. «Левый» и «Правый» политический экстремизм и терроризм. Основные идеологические угрозы политического экстремизма и терроризма и их парирование. Фундаментальные причины, объекты и субъекты политического экстремизма и терроризма. Политические потребности – основной источник политического экстремизма и терроризма. Борьба за власть как основа политического экстремизма и терроризма. Фундаментальные направления политического экстремизма и терроризма. Основные тренды политического экстремизма и терроризма. Политический экстремизм и терроризм в современной России. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии политического экстремизма и терроризма в образовательной организации.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2.2	Национальная составляющая современной России. Понятие этнического экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. Основные идеологические угрозы этнического экстремизма и терроризма и их парирование. Фундаментальные причины, объекты и субъекты этнического экстремизма и терроризма. Сепаратизм – источник этнического экстремизма и терроризма. Идентичность и этнический экстремизм и терроризм. Национализм как идеологическая основа этнического экстремизма и терроризма. Этнический экстремизм и терроризм в современной России. Неонацизм и радикальный национализм. Формы, методы, силы и средства проявления, профилактики и противодействия идеологии этнического экстремизма и терроризма в образовательной организации.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2.3	Религиозная обстановка в мире и России. Правовое обеспечение свободы вероисповедания. Кластеры взаимоотношений религии и терроризма. Понятие религиозного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. Основные идеологические угрозы религиозного экстремизма и терроризма и	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	их парирование. Тенденции, вынуждающие адепта вставать на путь религиозного экстремизма и терроризма. Фундаментальные причины, объекты и субъекты религиозного экстремизма и терроризма. Факторы политизации религиозного экстремизма и терроризма. Истоки вступления в религиозную террористическую организацию. Религиозный фундаментализм как основа религиозного экстремизма и терроризма. Психология религиозного фундаменталиста. Исламский фундаментализм – угроза международной и национальной безопасности России. Религиозная секта – субъект религиозного экстремизма и терроризма. Формы, методы, силы и средства противодействия идеологии религиозного экстремизма и терроризма в образовательной организации.	
Тема 2.4	Молодежные субкультуры. Молодежь России – объект и субъект радикализации. Деструктивное поведение молодежи – источник радикализации. Потенциально криминальные молодежные субкультуры. Понятие молодежного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. Основные идеологические угрозы молодежного экстремизма и терроризма и их парирование. Фундаментальные причины, объекты и субъекты молодежного экстремизма и терроризма. Криминальная молодежная субкультура как основа молодежного экстремизма и терроризма. Особенности молодежного экстремизма и терроризма в современной России. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии молодежного экстремизма и терроризма в образовательной организации. Патриотизм молодежи как фактор профилактики и противодействия экстремизму и терроризму в России.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2.5	Глобальное развитие информационных технологий. Двойственность роли информационно-коммуникационных технологий. Злоупотребление высокими технологиями как фактор возникновения кибертерроризма. Общая характеристика и отличительные черты кибертерроризма. Способы использования террористами Интернета. Общая характеристики террористических сообществ в Интернете. Интернет-сайты и другие интернет платформы, распространяющие идеологию экстремизма и терроризма. Интернет как идеологическая площадка для пропаганды, вербовки сторонников террористов, а также потенциальных исполнителей актов террора. Профилактика и противодействие кибертерроризму в молодежной среде как важная государственная задача по обеспечению информационной безопасности общества. Информационная среда в системе профилактики и противодействия экстремизму и терроризму.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 3. КОРРУПЦИЯ И КОРРУПЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ – УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Цели:

- сформировать представление о коррупции, как угрозе национальной безопасности;

- раскрыть основные положения противодействия коррупции в российском обществе.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 3.1	Понятие, признаки и виды коррупции. Типология и классификация участников коррупционных отношений: коррупционер и коррупттер. Основные направления, объемы и методы изучения участников коррупционных отношений. Практическое значение изучения участников коррупционных отношений. Понятие «антикоррупционная политика». Содержание антикоррупционной политики. Классификация антикоррупционной политики по видам. Субъекты антикоррупционной политики: международные, национальные, региональные и муниципальные. Виды, уровни и направления антикоррупционной политики. Проблемы и перспективы реализации национальной антикоррупционной политики.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ТЕРРОРИЗМ И ЭКСТРЕМИЗМ – ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Цели:

- сформировать представление о теоретических основах современного экстремизма и терроризма;

- раскрыть основные теоретические основы современного экстремизма и терроризма;

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Соотношение понятий «радикализм», «экстремизм» и «терроризм». 2. Понятие и подходы к определению экстремизма и терроризма. 3. Сущностные характеристики экстремизма и терроризма. 4. Современные причины терроризма и экстремизма, их классификация и тенденции. 5. Виды экстремизма и терроризма в современной России и их идеологическая основа. 6. Нормативное правовое обеспечение антиэкстремистской и антитеррористической деятельности, профилактика и противодействие идеологии экстремизма терроризма в России и их классификация. 7. Ответственность за профилактику и противодействие	Дискуссия

	идеологии экстремизму и терроризму в образовательной организации.	
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Характеристика личности экстремиста и террориста. 2. Многофакторная модель формирования сознания террориста. 3. Факторы риска формирования террористического сознания. 4. Факторы, повышающие эффективность деятельности вербовщиков террористических и экстремистских организаций. 5. Характерные черты психологического портрета экстремиста и террориста. 6. Психология характера экстремиста и террориста. 7. Потребности индивида – основа приобщения к экстремизму и терроризму. 8. Психология противодействия экстремизму и терроризму в российском обществе.	Дискуссия

РАЗДЕЛ 2. КЛАССИФИКАЦИЯ ИДЕОЛОГИЙ СОВРЕМЕННОГО ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА, ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА, ПРОФИЛАКТИКА И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

Цели:

- сформировать представление о видах экстремизма и терроризма;

- раскрыть основные положения противодействия экстремизму и терроризму через их классификацию.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. «Левый» и «Правый» политический экстремизм и терроризм. 2. Основные идеологические угрозы политического экстремизма и терроризма и их парирование. 3. Фундаментальные причины, объекты и субъекты политического экстремизма и терроризма. 4. Политические потребности – основной источник политического экстремизма и терроризма. 5. Борьба за власть как основа политического экстремизма и терроризма. 6. Фундаментальные направления политического экстремизма и терроризма. 7. Политический экстремизм и терроризм в современной России. 8. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии политического экстремизма и терроризма в образовательной организации.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Основные идеологические угрозы этнического экстремизма и терроризма и их парирование.	Дискуссия

	2. Фундаментальные причины, объекты и субъекты этнического экстремизма и терроризма. 3. Идентичность и этнический экстремизм и терроризм. 4. Национализм как идеологическая основа этнического экстремизма и терроризма. 5. Этнический экстремизм и терроризм в современной России. 6. Неонацизм и радикальный национализм. 7. Формы, методы, силы и средства проявления, профилактики и противодействия идеологии этнического экстремизма и терроризма в образовательной организации. 8. Кластеры взаимоотношений религии и терроризма. 9. Понятие религиозного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. 10. Основные идеологические угрозы религиозного экстремизма и терроризма и их парирование. 11. Тенденции, вынуждающие адепта вставать на путь религиозного экстремизма и терроризма. 12. Фундаментальные причины, объекты и субъекты религиозного экстремизма и терроризма. 13. Факторы политизации религиозного экстремизма и терроризма. 14. Истоки вступления в религиозную террористическую организацию. 15. Религиозный фундаментализм как основа религиозного экстремизма и терроризма. 16. Психология религиозного фундаменталиста. 17. Исламский фундаментализм – угроза международной и национальной безопасности России. 18. Формы, методы, силы и средства противодействия идеологии религиозного экстремизма и терроризма в образовательной организации.	
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Молодежь России – объект и субъект радикализации. 2. Деструктивное поведение молодежи – источник радикализации. 3. Потенциально криминальные молодежные субкультуры. 4. Понятие молодежного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. 5. Основные идеологические угрозы молодежного экстремизма и терроризма и их парирование. 6. Фундаментальные причины, объекты и субъекты молодежного экстремизма и терроризма. 7. Криминальная молодежная субкультура как основа молодежного экстремизма и терроризма. Особенности молодежного экстремизма и терроризма в современной России. 8. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии молодежного экстремизма и терроризма в образовательной организации. 9. Интернет как идеологическая площадка для пропаганды, вербовки сторонников террористов, а также по-	Дискуссия

	тенциальных исполнителей актов террора.	

РАЗДЕЛ 3. КОРРУПЦИЯ И КОРРУПЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ – УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Цели:

- сформировать представление о коррупции, как угрозе национальной безопасности;

- раскрыть основные положения противодействия коррупции в российском обществе.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Понятие, признаки и виды коррупции. 2. Типология и классификация участников коррупционных отношений: коррупционер и коррупттер. 3. Основные направления, объемы и методы изучения участников коррупционных отношений. 4. Практическое значение изучения участников коррупционных отношений. 5. Понятие «антикоррупционная политика». 6. Содержание антикоррупционной политики. 7. Классификация антикоррупционной политики по видам. 8. Субъекты антикоррупционной политики: международные, национальные, региональные и муниципальные. 9. Виды, уровни и направления антикоррупционной политики. 10. Проблемы и перспективы реализации национальной антикоррупционной политики.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Коррупционные преступления в соответствии с законодательством о противодействии коррупции (определение, содержание) и криминологическая характеристика субъектов коррупционных правонарушений. 2. Административные коррупционные правонарушения. 3. Порядок возмещения вреда гражданину или юридическому лицу в результате незаконных действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления либо должностных лиц этих органов, в том числе в результате издания не соответствующего закону или иному правовому акту акта государственного органа или органа местного самоуправления. 4. Вопросы дисциплинарной ответственности государственных служащих за коррупционные правонарушения в системе российского законодательства. 5. Основные этапы разработки и реализации антикоррупционной политики. 6. Выработка стратегии противодействия коррупции. 7. Виды стратегий антикоррупционной политики. 8. Создание специализированных органов противодей-	Дискуссия

	ствия коррупции и реализации антикоррупционной политики.	

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Терроризм и экстремизм – общая характеристика	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. Классификация идеологий современного терроризма и экстремизма, их характеристика, профилактика и противодействие	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 3. Коррупция и коррупционное поведение – угроза национальной безопасности Российской Федерации	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс - задания
	Подготовка проекта

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Соотношение понятий «радикализм», «экстремизм» и «терроризм».
2. Понятие и подходы к определению экстремизма и терроризма.
3. Сущностные характеристики экстремизма и терроризма.
4. Отличительные черты терроризма.
5. Современные причины терроризма и экстремизма, их классификация и тенденции.
6. Субъекты и объекты терроризма и экстремизма.
7. Радикализация – основа экстремизма и терроризма.
8. Уровни проявления терроризма.
9. Терроризм как идеология, образ мышления и действий. Терроризм как деятельность.
10. Экстремизм, терроризм и террористическая деятельность - угроза национальной безопасности России.
11. Виды экстремизма и терроризма в современной России и их идеологическая основа.
12. Особенности Москвы и Московской области по проявлению угроз экстремистского и террористического характера.
13. Виды террористических актов, их цели, мотивы и способы осуществления.
14. Общая характеристика международного законодательства в сфере борьбы с экстремизмом и терроризмом.
15. Нормативное правовое обеспечение антиэкстремистской и антитеррористической деятельности, профилактика и противодействие идеологии экстремизма терроризма в России и их классификация.

16. Законодательная и нормативная правовая база по организации профилактики и противодействия идеологии экстремизма и терроризма в России.

17. Ответственность за профилактику и противодействие идеологии экстремизму и терроризму в образовательной организации.

18. Психология терроризма.

19. Психология террориста.

20. Психология жертвы терроризма.

21. Характеристика личности экстремиста и террориста.

22. Многофакторная модель формирования сознания террориста.

23. Факторы риска формирования террористического сознания.

24. Универсальные методы вербовки экстремистов и террористов.

25. Факторы, повышающие эффективность деятельности вербовщиков террористических и экстремистских организаций.

26. Характерные черты психологического портрета экстремиста и террориста.

27. Психология характера экстремиста и террориста.

28. Женщины и терроризм.

29. Психология совершения террористического акта.

30. Потребности индивида – основа приобщения к экстремизму и терроризму.

31. Типы личности террориста, использующего взрывные устройства.

32. Психология противодействия экстремизму и терроризму в российском обществе.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 1:

1. Миграция и международный терроризм.
2. Особенности религиозного терроризма XXI века.
3. Особенности националистического терроризма XXI века.
4. Особенности кибертерроризма XXI века.
5. Особенности экономического терроризма XXI века.
6. Современные террористические международные организации и их характеристика.
7. Современный терроризм в России.
8. Нормативное правовое обеспечение борьбы с терроризмом в России.
9. Международное нормативное правовое обеспечение борьбы с терроризмом.
10. Основные направления борьбы с терроризмом в Российской Федерации.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Понятие политического экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий.
2. «Левый» и «Правый» политический экстремизм и терроризм.
3. Основные идеологические угрозы политического экстремизма и терроризма и их парирование.
4. Фундаментальные причины, объекты и субъекты политического экстремизма и терроризма.
5. Политические потребности – основной источник политического экстремизма и терроризма.
6. Борьба за власть как основа политического экстремизма и терроризма.
7. Фундаментальные направления политического экстремизма и терроризма.
8. Основные тренды политического экстремизма и терроризма.
9. Политический экстремизм и терроризм в современной России.

10. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии политического экстремизма и терроризма в образовательной организации.

11. Понятие этнического экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий.

12. Основные идеологические угрозы этнического экстремизма и терроризма и их парирование.

13. Фундаментальные причины, объекты и субъекты этнического экстремизма и терроризма. Идентичность и этнический экстремизм и терроризм.

14. Национализм как идеологическая основа этнического экстремизма и терроризма.

15. Этнический экстремизм и терроризм в современной России.

16. Неонацизм и радикальный национализм.

17. Формы, методы, силы и средства проявления, профилактики и противодействия идеологии этнического экстремизма и терроризма в образовательной организации.

18. Религиозная обстановка в мире и России.

19. Правовое обеспечение свободы вероисповедания.

20. Кластеры взаимоотношений религии и терроризма.

21. Понятие религиозного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий.

а. Основные идеологические угрозы религиозного экстремизма и терроризма и их парирование.

22. Тенденции, вынуждающие адепта вставать на путь религиозного экстремизма и терроризма.

23. Фундаментальные причины, объекты и субъекты религиозного экстремизма и терроризма.

24. Факторы политизации религиозного экстремизма и терроризма.

25. Истоки вступления в религиозную террористическую организацию.

26. Религиозный фундаментализм как основа религиозного экстремизма и терроризма.

27. Психология религиозного фундаменталиста.

28. Исламский фундаментализм – угроза международной и национальной безопасности России.

29. Религиозная секта – субъект религиозного экстремизма и терроризма.

30. Формы, методы, силы и средства противодействия идеологии религиозного экстремизма и терроризма в образовательной организации.

31. Молодежные субкультуры.

32. Молодежь России – объект и субъект радикализации.

33. Деструктивное поведение молодежи – источник радикализации.

34. Потенциально криминальные молодежные субкультуры.

35. Понятие молодежного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий.

36. Основные идеологические угрозы молодежного экстремизма и терроризма и их парирование.

37. Фундаментальные причины, объекты и субъекты молодежного экстремизма и терроризма.

38. Криминальная молодежная субкультура как основа молодежного экстремизма и терроризма.

39. Особенности молодежного экстремизма и терроризма в современной России.

40. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии молодежного экстремизма и терроризма в образовательной организации.

41. Глобальное развитие информационных технологий.

42. Двойственность роли информационно-коммуникационных технологий.

43. Злоупотребление высокими технологиями как фактор возникновения кибертерроризма.

44. Общая характеристика и отличительные черты кибертерроризма.

45. Способы использования террористами Интернета.

46. Общая характеристики террористических сообществ в Интернете.

47. Интернет как идеологическая площадка для пропаганды, вербовки сторонников террористов, а также потенциальных исполнителей актов террора.

48. Профилактика и противодействие кибертерроризму в молодежной среде как важная государственная задача по обеспечению информационной безопасности общества.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 2:

1. История появления терроризма в обществе, его цели и задачи.
2. Идеологические основы современного терроризма, их сущностная характеристика.
3. Основные характерные черты идеологии видов современного терроризма.
4. Проблема формулирования универсальной трактовки «категории терроризм» в международных нормативных правовых документах.
5. Нормативное правовое обеспечение профилактики и противодействия экстремистской и террористической деятельности в Российской Федерации.
6. Нормативное правовое обеспечение профилактики и противодействия международной экстремистской и террористической деятельности.
7. Классификация современного экстремизма.
8. Сущность и содержание политического экстремизма и терроризма.
9. Сущность и содержание националистического экстремизма и терроризма.
10. Сущность и содержание религиозного экстремизма и терроризма.
11. Экстремизм – угроза демократическому обществу.
12. Терроризма – угроза демократическому обществу

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Понятие, признаки и виды коррупции.

2. Типология и классификация участников коррупционных отношений: коррупционер и коррупттер.

3. Основные направления, объемы и методы изучения участников коррупционных отношений.

4. Практическое значение изучения участников коррупционных отношений.

5. Понятие «антикоррупционная политика».

6. Содержание антикоррупционной политики.

7. Классификация антикоррупционной политики по видам.

8. Субъекты антикоррупционной политики: международные, национальные, региональные и муниципальные.

9. Виды, уровни и направления антикоррупционной политики.

10. Проблемы и перспективы реализации национальной антикоррупционной политики.

11. Коррупционные преступления в соответствии с законодательством о противодействии коррупции (определение, содержание) и криминологическая характеристика субъектов коррупционных правонарушений.

12. Административные коррупционные правонарушения.

13. Порядок возмещения вреда гражданину или юридическому лицу в результате незаконных действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления либо должностных лиц этих органов, в том числе в результате издания не соответствующего закону или иному правовому акту акта государственного органа или органа местного самоуправления.

14. Вопросы дисциплинарной ответственности государственных служащих за коррупционные правонарушения в системе российского законодательства.

15. Основные этапы разработки и реализ

16. ации антикоррупционной политики. Выработка стратегии противодействия коррупции. Виды стратегий антикоррупционной политики.

17. Создание специализированных органов противодействия коррупции и реализации антикоррупционной политики.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 3:

1. Классификация правовых способов противодействия коррупции.
2. Нормативно-правовая основа противодействия коррупции.
3. Нормы трудового законодательства в сфере противодействия коррупции.
4. Нормы гражданского законодательства и предупреждение коррупции.
5. Административно-правовые антикоррупционные нормы.
6. Ведомственные нормативные акты по вопросам противодействия коррупции.
7. Виды и формы юридической ответственности за нарушение антикоррупционного законодательства
8. Уголовно-правовая ответственность за нарушение антикоррупционного законодательства.
9. Административно-правовая ответственность за нарушение антикоррупционного законодательства.
10. Гражданско-правовая ответственность за нарушение антикоррупционного законодательства.
11. Дисциплинарная ответственность за нарушение антикоррупционного законодательства
12. Становление коррупционных отношений в истории российского общества.
13. Организация международного сотрудничества в сфере противодействия коррупции.
14. Международные правовые и этические антикоррупционные стандарты.
15. Понятие, сущность, виды и причины коррупции.
16. Понятие и сущность теневых экономических отношений.
17. Факторы развития теневой экономики.
18. Коррупция как часть теневых экономических отношений в УИС.
19. Особенности коррупционных отношений в УИС.
20. Правовые основы противодействия коррупции в отечественном государстве.
21. Ведомственные нормативные акты по вопросам противодействия коррупции в УИС.
22. Особенности правового статуса подразделений УИС, обеспечивающих противодействие коррупции, правовое обеспечение их деятельности.
23. Антикоррупционные стандарты в УИС.
24. Понятие и сущность противодействия коррупции.
25. Направления профилактики противодействия коррупции подразделениями УИС.
26. Ответственность за нарушение антикоррупционного законодательства.
27. Понятие и признаки коррупционного преступления. Виды преступлений коррупционной направленности по УК РФ.
28. Особенности коррупционных преступлений в сфере государственной и муниципальной службы.
29. Особенности коррупционных преступлений, совершаемых в УИС.
30. Состояние и тенденции коррупционной преступности в УИС в современных условиях.
31. Особенности личности коррупционера-сотрудника УИС.

32. Основные направления предупреждения коррупционной преступности в УИС.

33. Современное состояние и особенности борьбы с коррупцией в УИС**.**

34. Понятие, основные признаки и классификация коррупционного правонарушения в деятельности УИС.

35. Ответственность сотрудников уголовно-исполнительной системы за коррупционные правонарушения.

36. Особенности и современное состояние предупреждения коррупционных правонарушений государственных служащих.

37. Конфликт интересов на государственной службе: понятие, сущность, причины и условия, способствующие его возникновению.

38. Типовые ситуации конфликта интересов на государственной службе.

39. Урегулирование конфликта интересов на службе в УИС.

40. Повышение эффективности механизма урегулирования конфликта интересов на службе в УИС.

41. Мероприятия ФСИН России, направленные на противодействие коррупции с учетом специфики ее деятельности.

42. Организация представления государственными служащими в УИС сведений о доходах, расходах, имуществе и обязательствах имущественного характера.

43. Содержание и порядок заполнения справок о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера федерального государственного служащего (рекомендуется презентация).

Названия кейс-заданий к Разделу 3:

1. кейс «Юридическая ответственность за коррупционные правонарушеия»;

Перечень тем для проектов к Разделу 3:

Исследовательская работа - современные причины коррупционного поведения в Рос сии.

Примерные тестовые задания к Разделу 3:

1. Виды преступлений, относящихся к коррупционной деятельности:

а) легализация (отмывание) денежных средств или иного имущества, приобретенногонезаконным путем;

б) мошенничество;

в) хищение имущества.

2. Функции коррупции в обществе:

а) отражает неэффективность действия механизма управления; б) показывает степень демократических преобразований;

в) оказывает влияние на общественные ценности, мораль.

3. Компетенцию федеральных органов исполнительной власти, руководство деятельностьюкоторых он осуществляет, в области противодействия коррупции устанавливает:

а) Федеральное собрание Российской Федерацииб) Правительство Российской Федерации

в) Президент Российской Федерации

г) Федеральные органы государственной власти

4. Разработку и принятие федеральных законов по вопросам противодействия коррупцииобеспечивает:

а) Федеральное собрание Российской Федерацииб) Правительство Российской Федерации

в) Президент Российской Федерации

г) Федеральные органы государственной власти

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1 ТЕРРОРИЗМ И ЭКСТРЕМИЗМ – ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Тема 1.1. Понятие и причины современного терроризма и экстремизма

Тема 1.2. Особенности экстремизма и терроризма, нормативное правовое обеспечение антитеррористической деятельности в России

Тема 1.3. Психологические основы экстремизма и терроризма

РАЗДЕЛ 2. КЛАССИФИКАЦИЯ ИДЕОЛОГИЙ СОВРЕМЕННОГО ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА, ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА, ПРОФИЛАКТИКА И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

Тема 2.1. Политический терроризм и экстремизм, идеология, профилактика и противодействие

Тема 2.2. Этнический терроризм и экстремизм, идеология, профилактика и противодействие

Тема 2.3. Религиозный терроризм и экстремизм, идеология, профилактика и противодействие

Тема 2.4. Молодежный терроризм и экстремизм, идеология, профилактика и противодействие

Тема 2.5. Кибертерроризм - профилактика и противодействие

РАЗДЕЛ 3. КОРРУПЦИЯ И КОРРУПЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ – УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Тема 3.1. Понятие и признаки коррупции, антикоррупционная политика в Российской Федерации

Тема 3.2. Характеристика правонарушений коррупционной направленности, механизм реализации антикоррупционной политики

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПРАВОВЕДЕНИЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе на занятии.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице

рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе,

конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: «Государство как политико-правовая форма существования общественных отношений»

Цели занятия: сформировать общее представление о государстве

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

В понятие "государство" с момента его появления вкладывался различный смысл. Ни одно явление социальной жизни не вызывало столько споров и прямо противоположных суждений, как государство. Так, Аристотель считал государство олицетворением разума, справедливости, красоты и общего блага. Английский мыслитель Т. Гоббс сравнивает государство с Левиафаном - чудовищем, описанным в Библии.

Парадокс истории состоит в том, что совершенно очевидной оказалась польза государства для всех и менее очевидной она была для каждого человека в отдельности. Создав однажды государство во имя общего блага, свободная личность в последующем тяготилась его опекой и пыталась всячески ограничить власть государства над собой.

Не менее парадоксальным является и появление термина "государство" в его временном значении. Дело в том, что первые государственные образования появились около 5 тыс. лет назад. Это были государства Древнего Востока: Древний Египет, Древний Вавилон и др.

Но само понятие "государство" в его современном значении возникло лишь в начале 16 века. В науку его ввел итальянский мыслитель Никколо Макиавелли. До этого все государственные образования обозначалась различными терминами: "республика", "городская община", "княжеское господство", "земля", "полис", "единовластное правление", "тирания", "олигархия" и т.п. Теперь все эти государственные образования обозначаются одним термином (stato).

Возникновение государства

Потребность в государстве была обусловлена различными причинами, которые, однако, сводились к тому, что общество сотрясали конфликты, вызванные как естественным, так и имущественным и социальным неравенством между людьми. Можно выделить экономические причины (переход от присваивающей к производящей экономике, общественное разделение труда, появление частной собственности), социальные причины (раскол общества на классы), географические, культурные и иные причины.

Очевидно, что при своем возникновении государства у различных народов имели особенности. Они были обусловлены историческим развитием конкретной страны, ее национальными традициями, культурой, религией, географическим положением.

Условно можно выделить группы стран, которые имели некоторые общие предпосылки формирования государства, что позволяет выделить три пути возникновения государства: восточный, западный и синтезный. Различия между ними состоят в том, как происходил процесс слома органов родоплеменной организации и возникновения институтов государства.

Восточный пут формирования государства характеризуется тем, что государственный аппарат возникает из аппарата управления родоплеменными объединениями путем закрепления управленческих функций за определенными лицами и передачей их по наследству. Государства Древнего Востока возникали в силу необходимости организации трудоемких ирригационных работ, которые обеспечивали пропитание всем общинникам. Самостоятельно каждая община была не в состоянии решить эту задачу. Поэтому необходимо было объединение усилий многих общин. А для этого нужно централизованное управление со стороны государства, аппарата управления.

Образование государства на Западе происходило иначе. Разрушение родоплеменной организации здесь осуществлялось вследствие развития частной собственности. Экономическое господство богатых общинников позволило отстранить от власти родовую знать и стать правящим классом. В основе процесса деления общества на классы лежал переход от присваивающей экономики к производящей, когда человек сам стал создавать орудия труда и предметы первой необходимости (пищу, домашнюю утварь). Происходило глубокое разделение общественного труда: стали обособляться друг от друга скотоводство и земледелие, выделились ремесла, появились купцы, занятые в сфере обмена товаров. Развитие частной собственности породило имущественное неравенство среди людей и деление на классы: появились богатые и бедные общинники. Длительная борьба имущих и неимущих классов привела первых к пониманию необходимости создания государства, которое подавляло бы недовольство масс и защищало интересы богатых собственников. Наиболее богатые из них стали занимать ответственные государственные должности.

Следовательно, государство на Западе стало результатом деления общество на классы, в основе которого лежал процесс развития частной собственности на орудия производства. Подобным путем формировалось государство в Древней Греции (Афины) и Риме. Правда, в Древнем Риме потребность в сильном государстве была вызвана не только конфликтом внутри римского общества - между патрициями и плебеями, но и необходимостью удержания в повиновении населения подвластных захваченных территорий - неграждан (перегринов). Однако не только имущественное неравенство явилось причиной возникновения государства на Западе, но и насилие. Об этом говорит опыт Спарты.

Синтезный путь формирования государства был свойственен тем народам, которые переходили от родоплеменных отношений сразу к феодальным. Для этого варианта образования государства характерно длительное сохранение общинной организации, органов племенной демократии и одновременное складывание имущественного неравенства и на этой основе появле-

ние институтов раннефеодального государства. Рабский труд здесь не получил распространения. Разорившиеся общинники попадали в экономическую зависимость от богатых общинников, которые прибирали к своим рукам общинную землю и становились правящим классом феодалов. Так формировалось государство в Древней Руси, Ирландии и др.

Стремление понять природу государства, его место и роль в жизни человека заставляло ученых искать причины и условия его возникновения. Однако единство мнений по проблемам возникновения государства отсутствует. Существует несколько теорий происхождения государства. Это множество связано с конкретно-историческими условиями их возникновения, с господствующим в обществе мировоззрением.

ТЕОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ. Одной из первых теорий происхождения государства была теологическая, объясняющая его возникновение божественной волей. Ее создатели (Аврелий Августин, Фома Аквинский, Тертулиан) рассматривали государство как божий промысел, основываясь на тезисе, что "вся власть от бога". Бог является творцом всего сущего на земле, в том числе и государства. Проникнуть в тайну божественного замысла, а следовательно, постичь природу государства невозможно. Эта теория отстаивает идеи незыблемости, вечности государства, необходимости всеобщего подчинения государственной воле как власти от Бога, но вместе с тем и зависимости самого государства от божественной воли, которая проявляется через церковь и другие религиозные организации.

Теологическая теория имела под собой реальные факты: первые государства имели религиозные формы (правление жрецов), божественное право придавало государственной власти авторитет, а решениям государства - обязательность. Так, в законах древневавилонского царя Хаммурапи говорилось о божественном происхождении власти царя: "Боги поставили Хаммурапи править "черноголовыми".

Следует отметить, что во всех религиях отстаивается идея богоустановленности государственной власти. В послании, например, апостола Павла римлянам говорится: "Всякая душа да будет покорна высшим властям, ибо нет власти не от Бога, существующие власти от Бога установлены".

Теологических взглядов на происхождение и сущность государства и права придерживаются все идеологии, связанные с современными основными мировыми религиями: христианством, исламом, индуизмом, иудаизмом.

Ныне продолжают существовать и действовать религиозные правовые системы (иудейское право, исламское право, индусское право). Источниками этого права являются, прежде всего, священные книги каждой религии, и нормы, в них содержащиеся, рассматриваются как божественные откровения. Таким образом, теологические взгляды на государство и право - это не только история, но и наша действительность.

ПАТРИАРХАЛЬНАЯ ТЕОРИЯ. Эта теория также возникла в древности: ее основателем был Аристотель (3 век до н.э.), однако подобные идеи высказывались и в сравнительно недавние времена (Фильмер, Михайловский и др. (19 в.)).

Эта теория трактует государство как большую семью, где отношения монарха и его подданных отождествляются с отношениями отца и членов семьи. Согласно этой теории государство возникает в результате соединения родов в племена, племен в общности, а затем в государства. Монарх должен заботиться о своих подданных, а те должны повиноваться правителю. Государство, по мнению Конфуция, должно опираться не на безликий и всеохватывающий закон, не на произвол тирана, а на мудрость добродетельного правителя и его талантливых и достойных помощников.

ТЕОРИЯ НАСИЛИЯ. Эта теория возникла в 19 в. Ее представителями были Л. Гумплович, К. Каутский, Е. Дюринг и др. Они объясняли возникновение государства факторами военно-политического характера: завоеванием одним племенем другого. Для подавления порабощенного племени и создавался государственный аппарат, принимались нужные законы. Таким образом, возникновение государства рассматривалось как реализация закономерности подчинения слабого сильному. В своих рассуждениях сторонники этой теории опирались на известные исторические факты, когда многие государства появились именно в результате завоевания одним народом другого (раннегерманские, венгерское и другие государства).

Оценивая эту теорию, следует отметить следующее. Для того чтобы могло возникнуть государство, необходим такой уровень экономического развития общества, который позволил бы содержать государственный аппарат. Если этот уровень не достигнут, то никакие завоевания сами по себе не могут привести к появлению государства. И для того, чтобы государство появилось в результате завоевания, к этому времени должны уже созреть внутренние условия.

ДОГОВОРНАЯ ТЕОРИЯ. Эта теория была сформулирована в 17-18 веках в работах раннебуржуазных мыслителей: Г. Гроция, Т. Гоббса, Дж. Локка, Б. Спинозы, Ж.-Ж. Руссо, А. Н. Радищева и др. По этой теории до появления государства люди находились в так называемом "естественном состоянии", которое понималось разными авторами по-разному (неограниченная личная свобода, война всех против всех, всеобщее благоденствие - "золотой век" и т.п.). В большинство концепций входит идея "естественного права", т.е. наличия у каждого человека неотъемлемых, естественных прав, полученных от Бога или от Природы. Однако в процессе развития человечества права одних людей приходят в противоречие с правами других, нарушается порядок, возникает насилие. Чтобы обеспечить нормальную жизнь, люди заключают между собой договор о создании государства, добровольно передавая ему часть своих прав. Эти положения нашли выражение в конституциях ряда западных государств.

Но все-таки следует отметить, что кроме чисто умозрительных построений, нет убедительных научных данных, подтверждающих реальность этой теории. Можно ли себе представить возможность того, чтобы десятки тысяч людей могли договориться между собой при наличии острых социальных противоречий между ними и при отсутствии уже существующих властных структур?

ОРГАНИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ. Эта теория возникла в 19 веке в связи с успехами естествознания, хотя некоторые подобные идеи высказывались значительно раньше. Так, некоторые древнегреческие мыслители, в том числе Платон (4-3 вв. до н.э.) сравнивали государство с организмом, а законы государства - с процессами человеческой психики.

Появление дарвинизма привело к тому, что многие юристы, социологи стали распространять биологические закономерности (межвидовая и внутривидовая борьба, эволюция, естественный отбор и т.п.) на социальные процессы. Представителями этой теории были Блюнчли, Спенсер, Вормс, Прейс и др.

В соответствии с органической теорией само человечество возникает как результат эволюции животного мира от низшего к высшему. Дальнейшее развитие приводит к объединению людей в процессе естественного отбора (борьба с соседями) в единый организм - государство, в котором правительство выполняет функции мозга, управляет всем организмом, используя, в частности, право как передаваемые мозгом импульсы. Низшие классы реализуют внутренние функции (обеспечивают его жизнедеятельность), а господствующие классы - внешние (оборона, нападение).

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ. Возникает также в 19 веке. Представителями были Г. Тард, Л. И. Петражицкий и др. Они рассматривали государство как результат психологических

взаимодействий людей, как совершенную форму эмоционального общения, которая обеспечивает человеку приспосабливание к изменениям среды обитания. Пертажицкий, в частности, полагал, что государство является закономерным итогом психологической потребности человека в общении.

Психологическая теория происхождения государства обращает внимание на роль и значение биологических и психологических особенностей человека.

В значительно большей мере роль биологических факторов учитывают авторы РАСОВОЙ ТЕОРИИ происхождения государства. Одним из основателей расово-антропологической школы в социологии был французский писатель Жозеф Артур де Гобино. Согласно его теории, в мире существуют "высшие" расы, призванные господствовать, и "низшие" расы, которым по своей природе предназначено находиться в подчинении у "высших".

В период своего создания расовая теория обосновывала правомерность колониальных захватов развитыми странами отсталых народов Азии, Африки, Латинской Америки. Затем она стала теоретической основой построения расового государства в Германии в 30-е года, в ЮАР.

МАРКСИСТСКАЯ ТЕОРИЯ (19 век) объясняет происхождение государства расколом общества на антагонистические классы, которое было следствием разделения труда и появления частной собственности. Экономически господствующих класс создает государство для подчинения себе неимущих.

Сущность и признаки государства

Сущность государства - это устойчивая совокупность внутренних черт, свойств, отражающих цели, природу и назначение государства в обществе. Сущность любого социального явления определяется тем, воля каких социальных групп это явление порождает, кто этот институт контролирует и каково его социальное назначение.

В зависимости от ответа на эти вопросы существуют два теоретических подхода к пониманию сущности государства:

классовый.

Он состоит в том, что за государством стоит какая-то узкая, обособленная социальная группа людей. Государство выражает волю этой группы; и через него она (т.е. группа) управляет социальными процессами и обеспечивает реализацию своих частных интересов. Все другие интересы не столь важны.

общесоциальный.

Государство служит интересам общества в целом, обеспечивает его стабильность, сохранность, разрешает конфликты между различными социальными группами. Это может искажаться людьми, но суть государства всегда одна, государство - это общесоциальная ценность, обеспечивающая устойчивость всей социальной системы.

В российской науке господствует двойная позиция - дуалистический подход: на первоначальных этапах развития государство имело классовую сущность, а современное государство имеет общесоциальную сущность.

Государство как политический институт обладает рядом качественных признаков, как внутренних, так и внешних, которые отличают его от негосударственных политических организаций (например, партий, движений и т.п.), оказывающих существенное влияние на общество:

государство представляет собой особую организацию политической власти, обладающую специальным механизмом, системой органов и учреждений, которые осуществляют непосредственное управление обществом. Механизм государства представлен институтами законодательной, исполнительной и судебной ветвей власти.

- обеспечивая нормальные условия существования общества, государство обладает таким свойством, как принуждение, осуществляемое через органы насилия - армию, службы охраны порядка и безопасности. Между этими органами существует определенное разделение труда. Цель принуждения - обеспечить соблюдение законов и иных решений государственной власти. Государству принадлежит монополия на легальное физическое принуждение, в том числе с применением оружия и других специальных средств. Применение принуждения другими, негосударственными структурами государство рассматривает как противозаконное, противоречащее суверенитету государства;

государство выступает как единая территориальная организация политической власти в масштабах всей страны. На одной и той же территории не может быть власти двух государств. Встречающиеся в истории случаи двоевластия имеют место обычно в какой-то переходный период, носят кратковременный характер, заканчиваются переходом к единовластию. Государственная власть распространяется на все население в пределах определенной территории. Целостность общества и взаимосвязь его членов обеспечивает институт гражданства или подданства, в котором выражается сущность государства для отдельного индивида. Осуществление власти на определенной территории ведет к установлению его пространственных пределов - государственной границы, отделяющей одно государство от другого. В пределах данной территории государство обладает верховенством и полнотой законодательной, исполнительной и судебной власти над населением. Границы своей территории государство защищает всеми доступными способами. Такой институт государства, как армия, создается главным образом для защиты его границ. Создаются также специальные формирования пограничной охраны, органы таможенной службы. Государство - территориальная организация и в том смысле, что население делится по территориальному принципу, по административно-территориальным единицам (уезды, районы, области, департаменты и т.п.). К этим территориальным единицам привязываются и органы государства, власть которых функционирует в пределах этих единиц;

государство организует общественную жизнь на основе права. Только государство обладает правом на регулирование жизни общества с помощью законов, имеющих общеобязательный характер. Требования правовых норм государство проводит в жизнь с помощью своих специальных органов (судов, администраций);

государство представляет собой суверенную организацию власти. Суверенитет государственной власти выражается в ее верховенстве и независимости от любых других властей внутри страны или во взаимоотношениях с другими государствами. Внутренняя сторона государственного суверенитета состоит в том, что государство самостоятельно учреждает и формирует систему своих органов, наделяет их определенными властными полномочиями, устанавливает в обществе правопорядок путем принятия законов, системой своих органов, наделяет их определенными властными полномочиями, устанавливает в обществе правопорядок путем принятия законов, системой своих органов поддерживает, охраняет юрисдикционную деятельность по рассмотрению и разрешению различного рода юридических дел (уголовный, гражданских и т.п.). Внешняя сторона суверенитета проявляется в том, что государство самостоятельно осуществляет внешнюю политику, политику по отношению к другим государствам, по своей воле и в интересах общества, которое оно представляет: вступает в международные организации, союзы, сообщества, заключает договоры с другими государствами, решает вопросы войны и мира, охраны своих территорий. Суверенитет государства во многом зависит от экономической базы государства и его военной мощи. Государство экономически слабое и слабое в военном отношении может утратить суверенитет полностью или частично. Полным суверенитетом в

прошлом обладали мировые империи: Римская, Оттоманская, Российская, в недавнем прошлом - Советский Союз;

государство располагает системой принудительно взимаемых налогов и иных обязательных платежей, которые обеспечивают его экономическую самостоятельность. Налоги - это, как уже говорилось, обязательные платежи граждан государства и организаций, действующих на его территории, в пользу государства (в казну, в бюджет). Наряду с налогами взимаются в пользу государства различные другие сборы и государственные пошлины. С их помощью формируется материальная финансовая база, необходимая для функционирования государства: для содержания и обеспечения деятельности органов государства, армии, закупки оружия, для осуществления различного рода программ в сфере экономики, экологии, просвещения, здравоохранения и др.

Кроме основных признаков каждое государство имеет еще и не основные, так называемые внешние символы, отличающие одно государство от другого: гимн, герб, флаг. Идея государственного флага сравнительно нова, но сами флаги существовали давно и использовались для обозначения местонахождения командного пункта во время боевых сражений. В качестве первых флагов использовались разукрашенные шесты. Древние греки использовали в качестве флага кусок ткани с какой-либо буквой, прикрепленный к шесту. Первый матерчатый флаг в форме квадратного полотнища на перекладине, которое крепилось к копью, изобрели римляне.

Самыми ранними государственными флагами являются флаг Дании, принятый в 1219г., и флаг Швейцарии - в 1229г. После Великой Французской революции белый флаг Бурбонов был заменен трехцветным знаменем. В 1787г. был введен государственный флаг США, на котором изображались 13 звезд, обозначавших тринадцать штатов, вошедших в новое государство. В 1805г. был принят зелено-бело-красный государственный флаг Италии.

На протяжении истории человечества отмеченные основные признаки государства не оставались неизменными с точки зрения содержания и механизмов реализации властной воли. Они преобразовывались одновременно с изменениями в структуре институтов государственной власти, в специализации и дифференциации их функций и ролей.

Выведем определение государства. Государство - это особая организация политической власти, которая располагает специальным аппаратом управления общества для обеспечения его нормальной деятельности.

Функции государства

Государство выполняет ряд функций (от лат. functio – исполнение, осуществление), осуществление которых отличает его от других политических институтов и обеспечивает стабильность и поступательность развития общества. Функция государства - это главное направление деятельности государства, выражающее его сущность и социальное назначение по управлению делами общества. Традиционно функции государства подразделяют на внутренние и внешние, по сферам реализации общезначимых целей.

К внутренним функциям (это главные направления внутренней политики государства, деятельность, направленная на выполнение внутренних задач государства) можно отнести экономическую, социальную, организаторскую, правовую, политическую, образовательную, культурно-воспитательную и т.п.

Экономическая функция государства выражается в организации, координации, регулировании экономических процессов с помощью налоговой и денежно-кредитной политики, создания стимулов экономического роста или осуществления санкций.

Социальная функция состоит в удовлетворении потребностей людей в работе, жилье, поддержании здоровья; предоставлении социальных гарантий престарелым, инвалидам, безработным, молодежи; страховании жизни, собственности, здоровья.

Правовая функция включает обеспечение правопорядка, установление правовых норм, которые регулируют общественные отношения и поведение граждан, охрану общественного строя. Защита правовых норм осуществляется специальными правоохранительными органами государства (судом, прокуратурой и др.).

Культурно-воспитательная функция направлена на создание условий для удовлетворения культурных потребностей населения, приобщения его к достижениям мировой культуры, возможности самореализации в творчестве.

Одной из главных является политическая функция, которая состоит в обеспечении политической стабильности, осуществлении властных полномочий, выработке политического курса, отвечающего потребностям и чаяниям широких слоев населения или поддержания политического господства класса-собственника.

Экологическая функция появляется в середине 20в., связана с глобальным воздействием человека на природу, когда возникла угроза существования среде обитания человека и жизни самого человека. Государство устанавливает нормы предельно допустимой концентрации вредных выбросов в атмосферу, в воды, устанавливает меры юридической ответственности за их нарушение, учреждает органы, осуществляющие контроль за соблюдением экологических законов, и т.д.

Среди внешних функций (это основные направления деятельности государства во внешней политике, в отношениях с другими государствами) можно выделить осуществление взаимовыгодного сотрудничества в экономической, социальной, технологической, культурной, торговой сферах с другими странами и функцию обороны страны.

Форма государства

Очень важным для характеристики государства является понятие формы государства. Под формой государства понимается организация власти в данном государстве, его внешние признаки, которые складываются из трех элементов: формы правления, формы государственного устройства и политического режима.

Под формой правления понимается организация высших органов государственной власти (порядок их образования, взаимоотношений, степень участия народных масс в их формировании и деятельности).

По форме правления различают монархию и республику.

При монархической форме правления во главе государства стоит монарх (король, император, царь, шах и т.п.), власть которого может быть неограниченной (абсолютная монархия) и ограниченной (конституционная, парламентская монархия).

Примером абсолютной монархии могут служить монархии в Омане, Объединенных Арабских Эмиратах, Саудовской Аравии. Ограниченные монархии существуют в Великобритании, Швеции, Норвегии, Японии и других странах.

Признаками монархической формы правления являются: власть монарха пожизненна, действует наследственный порядок преемственности (история знает исключения: цареубийца становится царем), воля монарха неограничена (он считается помазанником Божьим), ответственности монарх не несет.

Республиканская форма правления имеет следующие признаки: избрание главы республики выборными органом (парламентом, федеральным собранием и др.) на определенный срок,

коллегиальный характер власти правительства, юридическая ответственность главы государства по закону.

В современных условиях различаются республики: парламентская, президентская, смешанная.

В парламентской республике верховная роль в организации государственной жизни общества принадлежит парламенту: он формирует правительство, которое несет коллективную ответственность перед парламентом и уходит в отставку в случае утраты к нему доверия, глава государства избирается парламентом. Парламентскими республиками являются, например, ФРГ, Италия, Венгрия, Латвия.

В президентской республике в руках президента соединяются полномочия главы государства и главы правительства: президент избирается всенародно (референдумом), например, во Франции, Мексике, либо населением (США).

Смешанные республики сочетают элементы президентской и парламентской республик (Финляндия, Румыния).

По формам государственного устройства государства делятся на государства, состоящие из административно-территориального или национально-территориального устройства, и государства, в составе которых нет других государств. Такие государства называются унитарными. В составе унитарного государства могут быть административные или национальные образования, не пользующиеся суверенитетом (области, провинции, губернии), имеются один законодательный орган, правительство, одна конституция. Федеративные государства - это союзные государства, складывающиеся из ряда государственных образований - штатов, кантонов, земель, республик и др.

В состав федерации входят государства (субъекты федераций), имеющие, как правило, свою конституцию, свою законодательную компетенцию, свои законодательные, исполнительные и судебные органы и свое административно-территориальное деление.

Конфедерация - союз суверенных государств, сохраняющих свой суверенитет в полном объеме и объединившихся в союз в целях координации некоторых своих действий внутри объединения и на международной арене, т.е. для определенных целей.

Своеобразным объединением является СНГ, созданное для координации политики и экономики. Координация осуществляется Советом глав государств, представленных их Президентами, Советом глав правительств, представленных их министрами, и Межпарламентской ассамблеей.

Политический режим может быть демократическим и антидемократическим.

При демократическом режиме основу составляют демократия, народовластие, приоритет прав и свобод личности в стране. К разновидностям демократического режима относятся либеральный, буржуазно-демократический или конституционный режимы, режим правового государства.

К антидемократическим режимам относятся фашистский, авторитарный, тоталитарный, расистско-националистический и др. Режим в гитлеровской Германии был одновременно и фашистским, и расистским.

В условиях демократии появляется стремление к созданию правового государства. Правовое государство - это такая форма организации и деятельности государственной власти, которая строится во взаимоотношениях с индивидами и их различными объединениями на основе норм права.

Наличие и действие законодательства еще не свидетельствует о существовании в обществе правовой государственности. Российское государство имеет цель стать правовым. Россия является демократическим федеративным государством с республиканской формой правления.

Теория правового государства в российской юридической литературе еще окончательно не сформирована. В значительной степени используются зарубежная теория и практика понятия правового государства.

Правовому государству должно быть свойственно верховенство закона, разделение властей на законодательную, исполнительную и судебную, подчинение закону самого государства и его органов, взаимная ответственность государства и личности, развитие местного самоуправления и др.

Тема лекционного занятия: «Право в системе нормативного регулирования»

Цели занятия: сформировать общее представление о праве как регуляторе общественных отношений

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Право, как и государство, принадлежит к числу не только наиболее важных, но и наиболее сложных общественных явлений. Ведь главное назначение права состоит в регулировании особенно важных общественных отношений, в организации управления обществом. И чтобы осуществить свое назначение право должно соответствовать тому обществу, которое оно регулирует. Из выше сказанного следует, право изменятся (эволюционирует) от простого (в первобытном обществе) к сложному (в современном обществе). Таким образом, на разных стадиях развития общества и государства были разные подходы к правопониманию, пониманию сущности, принципов, функций, ценности права.

Тема правопонимания ключевая, в ней необходимо разобраться, чтобы верно представлять что есть «право». Для этого следует учитывать исключительную сложность и многогранность права как общественного явления, которое очень трудно охватить в рамках одного определения. Известные ученые-правоведы, такие как Л.И Алексеев, С.С. Алексеев, О.Э. Лейст, Р.З. Лившиц, В.С. Нерсесянц, П.А. Сорокин, Л.С. Явич и другие, дают множество определений права, каждое из которых позволяет глубже и многостороннее отобразить природу и наиболее важные признаки и принципы права. Существуют нескольких концепций правопонимания, и дискуссии по этому вопросу – признак и отражение не только зрелого правоведения, но и развитого правосознания гражданского общества, стройной системы законов и других источников права, обширной и стабильной судебной и другой юридической практики.

Исходя из выше сказанного, основная цель моей работы - проанализировать и сопоставить различные подходы к правопониманию, дать наиболее общее понятие права, уяснить признаки, принципы и социальную ценность права, используя для этого различные методы: общенаучные, частнонаучные и специальные.

Понятие права

Право как один из видов регуляторов общественных отношений представляет собой общественно-научную категорию; в многотысячелетней истории юриспруденции не раз указывалось, как что в вопросах о праве следует избегать универсальных определений, так что несмотря на все попытки выработать его не удалось.

Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона:

Право есть совокупность правил (норм), определяющих обязательные взаимные отношения людей в обществе; это определение П. указывает лишь общие очертания его содержания,

между тем вопрос о существе П., его происхождении и основах до сих пор остается одной из нерешенных в науке проблем

Большая советская энциклопедия (нормативно-позитивистская позиция):

Право – это совокупность установленных или санкционированных государством общеобязательных правил поведения (норм), соблюдение которых обеспечивается мерами государственного воздействия.

Либертарно-юридическая концепция:

Право – единство равной для всех нормы и меры свободы и справедливости.

Конкретное определение права зависит от типа правопонимания, которого придерживается тот или иной учёный (то есть его представлений о праве). В то же время определения различных школ позволяют наиболее полно представить право. Поэтому для развития правовой науки особенно важен плюрализм, которого не всегда удается добиться в силу традиционной близости этой отрасли знаний к государственной власти.

Подходы к правопониманию

Рассмотрим каждый из этих подходов к правопонимания.

Нормативный (позитивный) подход к понятию права был разработан Г. Кельзенем, Шершеневичем и другими. По их мнению, эта концепция является основой совершенствования законодательства, основой разработки правил законодательной техники, учета и систематизации нормативных актов, информационно-поисковых систем и других перспективных направлений правовой службы. На этом подходе базируются догма права, приемы толкования и применения правовых норм, правила решения юридических споров.

Согласно нормативному (позитивному) подходу, право – это совокупность норм, являющихся продуктом государственной воли и содержащихся в актах, принятых государством. И таким образом, источник права – воля государства, которое принимает нормы права и обеспечивает их реализацию. Причем право тождественно закону (П=З).

Можно выделить следующие положительные стороны этой концепции:

- Предает праву четкость и формальную определенность.
- Помогает обеспечивать разделение властей.
- Помогает обеспечивать режим законности, то есть требовать соблюдения закона всеми субъектами права.

Но также существуют и отрицательные моменты, такие как – рассматривается только та часть содержания права, которая содержится в нормативно-правовых актах.

Естественно-правовая (нравственная или аксеологическая) концепция разрабатывалась такими учеными, как Г. Гроцкий, Т. Гоббс, Ж.Ж. Руссо. Она основывается на рассмотрении права как формы общественного сознания. Поэтому закон не может воздействовать на общество иначе как через сознание (массовое правосознание, официальное правосознание), и право – это не тексты закона, а содержащаяся в общественном сознании система понятий об общеобязательных нормах, правах, обязанностях, запретах, условиях их возникновения и реализации, порядке и формах защиты.

Историческое развитие человечества знает целые эпохи и отдельные государства, когда существования права обходилось без законов и без текстов. При существовавшей тогда системе прецедентов источником права было профессиональное правосознание, обычное право опиралось более всего на массовую правовую психологию (например, в Греции и Риме).

И в современном обществе отдельные слова закона вообще не воспринимаются практикой либо меняются по смыслу. Отсюда - различие (противопоставление) «духа и буквы закона» (П≠З), требующее особых приемов толкования текстов законов, а также аналогии права и аналогии закона, когда дело решается на основе профессионального правосознания.

Из этого следует, что право по своей природе идеологично. Оно содержится в общественном сознании и является одной из его форм, выраженной в нормативных, оценочных понятиях, а также в системе представлений о правах и обязанностях, о правомерном и неправомерном, о дозволенном и запрещенном, о санкциях, привилегиях или льготах. Сильная сторона этой концепции в том, что она объединяет право и нравственность, право и справедливость. А слабая – в том, что общественное правосознание неоднородно. То есть, помимо горизонтальных слоев

(научное, официальное, профессиональное правосознание) в каждом из которых свое представление о праве, оно имеет и вертикальные срезы по классам и другим социальным группам, придерживающимся порой противоположных представлений о правомерном и неправомерном.

Именно это обусловило возникновение **социологического подхода** к трактовке понятия права**,** над которым работали С.А. Муромцев, Е. Эрлих, Л. Дюги, Р. Паунд и другие.

Согласно социологической концепции, право как система общественных отношений определенно, конкретно, стабильно и защищено со стороны государства. Это и составляет его сущность. Право - «не равный масштаб, применяемый к неравным людям», а применение равного мерила, которое всегда дает неравный результат, индивидуализацию абстрактных норм в соответствии с конкретными жизненными ситуациями, всегда неодинаковыми и тем более нетождественными[1]. При таком подходе наличие норм и в текстах закона, и в правосознании вовсе не отрицается, однако нормы и их осознание есть масштаб права, но не само право. Ряд норм закона не применяется и не применялся на практике.

Право – это не нормы закона (т.о., П≠З) и не их осознание, так как ряд норм практически не осуществим из-за их абстрактности, а правосознание неопределенно относится к ним. Поэтому по социологическому подходу, право- это сложившийся в обществе правовой порядок, где государство не создает, а лишь «открывает» право, сложившееся и развивающееся в самом обществе.

Л. Петражицкий, А. Росс, Г. Гурвич выделяют отдельную концепцию **психологическую**. Согласно этому подходу, основу всех правовых явлений составляет интуитивное право, которое является совокупностью личных переживаний индивида, сознание двухсторонней (императивно-атрибутивной) связанности воли между субъектами. Интуитивное право характеризуется психическим отношением лица к праву объективному (позитивному). И позитивное право носит второстепенный характер к интуитивному праву.

Анализ выше рассмотренных концепций правопонимания позволяет сделать вывод, что пользоваться какой-либо одной из них нельзя. Поэтому были разработаны «Широкие подходы» к пониманию права. Одним из таких подходов является **интегративный.** Его представителем является В.В. Лазарев. Он считает, что право – это совокупность признаваемых в данном обществе и обеспеченных официальной защитой нормативов равенства и справедливости, регулирующих борьбу и согласование свободных воль в их взаимоотношениях друг с другом.

Противником интегративного подхода выступил О.Э. Лейст, который считает, что все три концепции правопонимания: нравственная, нормативистская, социологическая, - верно отражают отдельные аспекты сущности и содержания права. Но при этом общее понятие не должно быть их синтезом. Каждый из подходов выступает необходимым противовесом двум другим. Социальное назначение каждой концепции – «через критику уязвимых сторон других концепций высветить негативные свойства и опасные тенденции самого права»[2].

Наличие множества определений права следует рассматривать само по себе как явление положительное, т. к. оно позволяет взглянуть на право сквозь призму веков, увидеть право не только в статике, но и в динамике.

Однако в таком множестве есть и свои недостатки. Главный из них заключается в трудностях, порождаемых различиями, отсутствием единого, целенаправленного процесса познания права и его практического использования.

Существует несколько путей преодоления негативных сторон множественности определений понятия права. Один из таких путей заключается в том, чтобы на основе сформулированных в разное время **частных** определений выработать пригодное “на все времена” и “на все случаи жизни” **общее** определение понятия права, т. е. необходимо выделить и рассмотреть его наиболее важные признаки и черты. В первую очередь речь идёт о тех признаках, которые позволяют выделить права как регулятор общественных отношений среди других, неправовых регулятивных средств.

Признаки права

Анализируя многочисленные представления о праве, можно указать на следующие его важнейшие **признаки права**.

1. *Нормативность* – право это совокупность норм, моделей поведения в типичных ситуациях.
2. *Волевой характер* – а) право всегда выражает волю (направленную на удовлетворение определенных интересов) классов, наций, социальных групп и т.д.; б) право обращено к воле и сознанию адресата, лишь в этом случае оно оказывает прямое регулирующее воздействие.
3. *Системность* – право это система норм, обладающая своим внутренним делением на составные элементы (отрасли, институты и др.), связанные и взаимодействующие друг с другом, ему присущи такие черты как иерархичность, непротиворечивость, согласованность.
4. *Общеобязательность* – означает то, что все лица, которых касаются нормы права, обязаны неукоснительно соблюдаться и исполняться. Неисполнение норм права признается правонарушением. Так же общеобязательность распространяется на государство, которое обязано:
   - осуществлять правотворческую деятельность в порядке установленном законом;
   - не нарушать права и свободы граждан;
   - обеспечивать законность органов государства[3].
5. *Формальная определенность* – а) право выражается с помощью четких языковых форм, нормы права обладают своей логической структурой; б) право существует в особых признаваемых государством формах (нормативно-правовой акт, судебный прецедент и др.)
6. *Устанавливается или санкционируется государством* – принимается компетентными органами или с разрешения (санкции) государства гражданским обществом (референдум и др.)
7. *Обеспечивается государством, в том числе силой его принуждения* – а) приняв норму права (санкционировав ее), государство осуществляет комплекс организационно-правовых мер по обеспечению ее реализации; б) в случае нарушения правового предписания применяются меры государственного принуждения.
8. *Носит представительно-обязывающий характер, т.е.* предоставив субъективное право одной из сторон правоотношения, право возлагает юридическую обязанность на другую сторону.
9. *Государство является регулятором общественных отношений.*

Итак, на основе обобщения приведенных выше основополагающих признаков права, образующих сердцевину его нормативного понимания, можно предложить следующее определение права.

Право есть система общеобязательных, формально-определенных нормативов (свободы, равенства и справедливости), принимаемых или санкционируемых государством, обеспечиваемый государством, в том числе, силой принуждения, регулирующих общественные отношения.

В юридической литературе, как это видно из сказанного, нет единого подхода к определению понятия права. Спектр мнений и суждений о праве, как и совокупность факторов, оказывающих влияние на процесс формирования о нём адекватного представления, весьма широк и разнообразен.

Сущность права.

Сущность – главное, основное понятие в рассматриваемом объекте, а потому ее выяснение представляет особую ценность в процессе познания. Однако к правильному выводу о сущности какого-либо явления можно прийти только лишь в случае, когда оно получило достаточ-

ное развитие и в основном сформировалось. Применительно к праву это положение имеет первостепенное значение. Поэтому следует выделить требования к определению сущности права:

1. Должно относиться ко всем эпохам и странам, где существовало право.
2. Не должно включать идеологических оценок (как правило, всегда субъективных).
3. Должно учитывать категории всего комплекса социальных наук (социологии, культурологии, психологии и др.), не замыкаясь лишь на правоведении.

В учебной литературе по теории государства и права отношение к проблеме сущности права неоднозначно, а в некоторых отдельных изданиях эта проблема совсем опущена.

Выделяют четыре основных подхода:

1. С марксистско-ленинской точки зрения, вопрос о сущности права трактовался однозначно и не вызывал разночтений. «Сущность права выражается в его классовости. Право – классовый регулятор общественных отношений, обладающий мощной классовой силой. По своей сущности оно представляет возведенную в закон волю господствующего класса, содержание которой определяется материальными условиями жизни»[4]. Именно так К. Маркс и Ф. Энгельс раскрыли сущность права в обществе с антагостическими классами.

2. Другая точка зрения на этот вопрос нашла отражение у В.С. Нерсесянца. По его мнению, сущность права – нормативная форма выражения свободы посредством принципа формального равенства людей в общественных отношениях[5]. Сущностные свойства права – это равенство, свобода и справедливость.

3. Современные ученые–правоведы В.М. Корельский и В.Д. Перевалов считают, что сущность – это «нормативная форма упорядочения и стабилизации общественных отношений, охраняемая государственным принуждением»[6], следовательно, сущностные черты права: стабильность, нормативность, авторитетность, динамичность и охрана государственным принуждением.

4. Но, на мой взгляд, наиболее удачный подход к понятию сущности нашел В.В. Лазарев. Он определял сущность права, как «обусловленная материальными и социальными условиями жизнедеятельности общества, характером классов, социальных групп населения, отдельных индивидов общая воля как результат согласования, сочетания частных или специфических интересов, выраженная в законе либо иным способом признаваемая государством и вступающая вследствие этого, общим (общесоциальным) масштабом, мерой (регулятором) поведения и деятельности людей»[7]. Этот подход выделяет два аспекта: инструментальный и собственно-ценностный. Первый аспект подразумевает, что право – это средство урегулирования общественных отношений, средство управления обществом. Второй же аспект считает правом инструмент согласования воли и интересов различных слоев населения и социальных групп. Тем самым в обществе создается замиренная среда, снижается конфликтность, реализуются интересы социальных групп.

Можно выделить следующие всеобщие сущностные черты права:

А) реализация принципов свобод;

Б) равенство права, которое призвано обеспечить формальное равенство возможностей субъектов права;

В) справедливость, то есть право – «эквивалент, мера воздаяния за содеянное.

Таким образом, только рассмотрев и проанализировав подходы к сущности права, можно понять сущность всего права в целом. В свою очередь из анализа сущности можно выделить принципы права.

Принципы права.

Право строится и функционирует на основе определенных принципов, некоторые выражают его сущность и социальное назначение. Эти принципы отражаются главные свойства и особенности права, придающие ему качество государственного регулятора меры свободы и справедливости в общественных отношениях.

Справедливость и свобода – это краеугольные камни правового здания. В системе других принципов они занимают определенное место, ибо являются определяющими. В самом общем виде справедливость и свобода декларируются в наиболее важных нормативно-правовых документах, а затем получают развитие и детализации в других законодательных предписаниях.

Принципы права – это основополагающие идеи, начала, определяющие, и выражающие сущность и назначение права, и вытекающие из генеральных идей справедливости.

Отражаясь, прежде всего, в нормах права, принципы пронизывают всю правовую жизнь общества, всю систему страны. Они характеризуют не только сущность, но и содержание права, его внутреннее строение, статику, весь процесс его применения, его динамику. Принципы права оказывают огромное влияние на весь процесс подготовки нормативных актов, их издания, установление гарантий соблюдения правовых требований.

Принципы права выступают в качестве своеобразной несущей конструкции, на которой покоятся и реализуются не только нормы, институты или отрасли права, но и вся его система. Принципы права служат основным ориентиром всей правотворческой, правоприменительной и правоохранительной деятельности государственных органов. От степени их соблюдения в прямой зависимости находится уровень слаженности, стабильности и эффективности правовой системы. Имея общеобязательный характер, принципы права способствуют укреплению внутреннего единства и взаимодействия его отраслей и институтов, правовых норм и правовых отношений, субъективного и объективного права.

Принципы права не являются произвольными по своему характеру, а объективно обусловлены экономическим, социальным, политическим строем общества, существующим в той или иной стране, социально-классовой природой государства и права, характером господствующего в стране политического и государственного режимов, основными принципами построения и функционирования политической системы того или иного общества[8].

Принципы права присущи праву любой страны. Как правило, они закрепляются прямо в законодательных актах (статьях преамбулах конституционных и обычных законов) или вытекают из содержания конкретных правовых норм (например: принцип народовластия в Конституции КНР 1982 г.).

В зависимости от характера, типа и сферы распространения принципы права подразделяют на группы.

Так, в зависимости от *типа* права они классифицируются на принципы права, свойственные рабовладельческому, феодальному, капиталистическому социальному праву. Выделяют также принципы, свойственные праву переходному от одного типа к другому.

В зависимости от своего *характера* принципы права подразделяются на социально-экономические, политические, идеологические, этические, религиозные и специально-юридические.

Строго говоря, специально-юридические принципы права – это социальные принципы, но переведенные на язык права, юридических конструкций, правовых средств и способов их обеспечения.

К специально-юридическим принципам права обычно относят:

1. принцип общеобязательности норм права для всего населения страны и приоритета этих норм перед всеми иными социальными нормами;
2. принцип непротиворечивости норм, составляющих действующее право, и приоритет закона перед иными нормативно-правовыми актами;
3. принцип подразделения права на частное и публичное, на относительно самостоятельные отрасли и институты;
4. принцип соответствия между объективным и субъективным правом, между нормами права и правовыми отношениями, между правом и его осуществлением;
5. принцип социальной свободы, равенства перед законом и судом, равноправия;
6. принцип законности и юридической гарантированности прав и свобод личности, зафиксированных в законе, связанность нормами закона деятельности всех должностных лиц и государственных органов;
7. принцип справедливости, выраженный в равном юридическом масштабе поведения и в строгой соразмерности юридической ответственности допущенному правонарушению;

8. принцип юридической ответственности только за виновное противоправное поведение и признания каждого невиновным до тех пор, пока вина не будет установлена в судебном порядке; принцип презумпции невиновности;
9. принцип недопустимости обратной силы законов, устанавливающих новую или более тяжелую юридическую ответственность, гуманности наказания, способствующего исправлению осужденного[9].

Кроме названной градации принципы права подразделяются на группы в зависимости от того, распространяются ли они на всю систему права, на несколько отраслей или же на одну отрасль права. В соответствии с данной классификацией выделяют три основных нормы права: общие, межотраслевые и отраслевые.

Ученые практически единодушны в общей характеристике правовых принципов, но когда дело доходит до установления конкретного перечня общеправовых принципов, то каждый автор имеет здесь собственное мнение.

С.А. Алексеев выделяет принципы законности, справедливости, юридического равенства, социальной свободы, социального и гражданского долга (дисциплины), объективной истины, ответственности за вину[10].

В.К. Бабаев видит в праве генеральные принципы справедливости и свободы, которые получают свое развитие в иных принципах права: демократизма в формировании и реализации права, законности, национального равноправия, гуманизма, равенства граждан перед законом, взаимной ответственности[11].

По мнению В.Н. Синюкова, российскому праву свойственны принципы народовластия, верховенства права, федерализма, юридического равенства граждан перед законом, политического, идеологического и экономического плюрализма, гуманизма, незыблемости и неотужденности прав человека, законности, справедливости, ответственности за вину[12].

Еще один перечень правовых принципов предложен О.И. Цыбулевской. К ним относятся социальная справедливость, равноправие граждан, единство прав и обязанностей человека, гуманизм, сочетание убеждения и принуждения в праве, демократизм[13].

Приведенных мнений достаточно, чтобы убедиться в существенных расхождениях во взглядах различных ученых. Но необходимо выделить и охарактеризовать самые главные из существующих принципов.

- **Общие принципы** – это основные начала, которые определяют наиболее существенные черты права в целом, его содержание и особенности как регулятора всей совокупности общественных отношений. Они распространяются на все правовые нормы и с одинаковой силой действуют во всех отраслях права в зависимости от характера и специфики регулируемых ими общественных отношений. К числу общих принципов права относятся:

1. *Принцип справедливости* – имеет особую значимость. Он в наибольшей степени выражает общесоциальную сущность права, стремление к поиску компромисса между участниками правовых связей, между личностью и обществом, гражданином и государством. Справедливость требует соответствия между действиями и их социальными последствиями. Должны быть соразмерны труд и его оплата, нанесенный вред и его возмещение, преступление и наказание. Законы отражают эту соразмерность, если отвечают принципу справедливости.
2. *Принцип гуманизма* – исторически меняющуюся систему воззрений на общество и человека, проникнутых уважением к личности, ее достоинству и правам. Идея гуманизма пронизывает всю правовую систему демократического общества, законодательство, правоприменительную и правоохранительную деятельность. Принцип гуманизма получил закрепление в статье 2 Конституции РФ: «Человек, его права и свободы являются высшей ценностью». Рассматриваемый принцип отражает взаимоотношение общества и личности, это неотъемлемое качество законности, правосудия, уголовной и исправительно-трудовой политики государства.
3. *Принцип демократизма* – означает принадлежность всей власти народу. «Носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации является ее многонациональный народ» (Ст.3 Конституция РФ). Как многоаспектная категория, данный

принцип проявляет себя в политике, экономике. Он реализуется не только через государственные, но и через правовые институты: права, обязанности, их гарантии, правосудие и т.д.

4. *Принцип единства прав и обязанностей* – заключается в том, что предоставляемые гражданину права и свободы сочетаются с его обязанностями перед обществом. Любое право может быть реализовано только через чью-то обязанность.

5. *Принцип равноправия граждан* – является развитием принципа справедливости и одной из характерных черт демократии. Равноправие как политико-правовой принцип и юридическую категорию необходимо отличать от понятия равенства. Последнее является материальной основой равноправия. Равенство – более широкое понятие, чем равноправие, поскольку не все элементы социального равенства получают закрепление в праве. Отсюда должно обеспечиваться не фактическое равенство (это утопия в условиях современного общества)[14], а равенство всех перед законом, создание равных стартовых позиций (Ст.19 Конституции РФ). Помимо равенства перед законом и судом принцип равноправия включает в себя равенство прав и свобод человека и гражданина, а также равные права и свободы мужчины и женщины.

6. *Принцип сочетания убеждения и принуждения* – важнейшая форма проявления демократизма, гуманизма и справедливости. Убеждение и принуждение – методы государственного руководства. Главная задача демократического правового государства состоит в установлении их разумного сочетания. Правильное решение вопроса об их соотношение приобретает особое значение в период перехода от тоталитаризма к демократии. Основным, главным методом руководства общества является убеждение, осуществляемое в различных формах. Его непосредственным выражением являются сами нормы права. Знакомясь с содержанием нормы, граждане убеждаются в их целесообразности. К важным формам убеждения относятся также правовоспитательная работа, обсуждение законопроектов. В этом смысле большое значение имеет обоснование в преамбулах нормативных актов целей, основания их принятия. Вместе с тем любое человеческое общество требует управления. Последнее обеспечивается различными средствами, включая и принуждение. В демократическом обществе государственное принуждение имеет различные формы, методы и степень проявления, свои особенности. Во-первых, как уже отмечалось, оно является не главным, а второстепенным, вспомогательным, методом государственного управления, применяемым после убеждения. Во-вторых, принуждение осуществляется в особой процедурной форме, четко зафиксированной в нормах права. Это исключает произвол (Ст. 21 Конституция РФ). Наконец, государственное принуждение выступает не как самоцель, а как средство исправления и перевоспитания. Следовательно, оно включает в себя черты убеждения правонарушителей и других членов общества в необходимости выполнения правовых предписаний. Итак, принуждение – это сложное правовое явление, которое включает в себя довольно богатый арсенал воздействия: меры пресечения, восстановление и защита субъективных прав, предупреждение, юридическую ответственность, санкции и т.д.

– **Межотраслевые** правовые принципы охватывают собой две или более отраслей права, преимущественно смежных, весьма близко соприкасающихся между собой отраслей (например, конституционное и административное, уголовно-процессуальное и гражданско-процессуальное, другие). На межотраслевые полностью «налагаются» и общие принципы права. В каждой отдельной отрасли права или же в группе отраслей они приобретают свою специфику.

– **Отраслевые** принципы права распространяются лишь на конкретные отрасли права – конституционное, гражданское, уголовное, земельное и так далее. Соответственно на их основе создаются и реализуются нормы права, составляющие только данную отрасль права.

Например, для земельного права России свойственны такие правовые принципы, как: принцип множественности и правового равенства форм собственности на землю, принцип нахождения земли в гражданском обороте, принцип самостоятельного хозяйствования на земле и равенства всех субъектов землепользования, принцип целевого характера использования земли и другие.

• За многовековую историю развития права постепенно сложились также принципы, свойственные форме права, которые в юридической литературе получили название **правовых аксиом**[15]. В их число можно отнести следующие: закон обратной силы не имеет; все, что законом не запрещено, то дозволено; никто не может быть судьей в собственном деле; нельзя осуждать

дважды за одно и тоже правонарушение. Большинство правовых аксиом закреплено в законе (например, Уголовный кодекс статьи №3,4,5,6,7).

Функции права.

Раскрывая понятие «функции права», следует обратить внимание и на соотношение таких категорий, как «правовое воздействие» и «правовое регулирование».

Правовое воздействие – это не только чисто нормативное, но и психологическое воздействие, идеологическое влияние права на чувства, сознание и действия людей. К формам правового воздействия относят, например, информационное и ценностно-ориентационное влияние права.

Правовое регулирование – это осуществляемое при помощи системы правовых средств (юридических норм, правовых отношений, правовых предписаний и др.) упорядочение общественных отношений.

Правовое регулирование является одной из форм правового воздействия и соотносится с последним как часть и целое.

Существование различных форм правового воздействия позволяет более четко проводить различие между собственно-юридическим воздействием права (правовое регулирование) и неюридическим (информационное и ориентационное). Понятие «функции права» охватывают оба названных вида воздействия.

Функции права – это проявление его имманентных, специфических свойств. В функциях аккумулируются такие свойства права, которые вытекают из его качественной самостоятельности как социального феномена:

1. Функция права вытекает из его сущности и определяется назначением права в обществе. Функция – это «свечение» сущности права в общественных отношениях[16].
2. Функция права – это такое направление воздействия на общественные отношения, потребность в осуществлении которого порождает необходимость существования права как социального явления. Таким образом, функция характеризует направление необходимого воздействия права, то есть такого, без которого общество на данном этапе развития обойтись не может (регулирование, охрана, закрепление определенного вида общественных отношений).
3. Функция выражает наиболее существенные, главные черты права и направлена на осуществление коренных задач, стоящих перед правом на данном этапе развития общества.
4. Функция права представляет направление его активного действия, упорядочивающего определенный вид общественных отношений. Поэтому одним из важнейших признаков функций права является ее *динамизм.*
5. *Постоянство* как необходимый признак функции права характеризует стабильность, непрерывность, длительность ее действия.

В целях более четкого уяснения «функций права» нужно провести различие между близкими по смыслу понятиями, такими как «роль права», «задача права» и «функционирование права».

Термин «роль права» говорит о значение права в жизни общества, государства вообще, либо на определенном этапе их развития, она имеет более общее значение по отношению к «функции». Именно в этом обнаруживается различие рассматриваемых категорий.

Термин «задача права» - это стоящая перед правом экономическая, политическая, социальная проблема, которую оно призвано решить. Задача права указывает на постоянную или временную, ближайшую или конечную цель, которой оно должно всемерно содействовать или достичь самостоятельно.

Без реализации функций не может решаться ни одна из задач, стоящих перед правом. Функции всегда направлены на их решение. Следовательно, «определенные задачи» требуют «определенных функций»[17]. Задачи же вытекают из экономических, политических и социальных потребностей общества, закономерностями развития государства, исторической обстановкой т.п. Зависимость функций права от его задач выражается:

- во-первых, задачи нередко непосредственно обуславливают само существование функций;
- во-вторых, определяют их содержание;

• в-третьих, самым существенным образом влияют на формирование и методы их реализации, предопределяют конкретные направления правового воздействия.

Термин «функционирования права» подразумевает действие права как элемента социальной системы наряду с государственным механизмом, моралью, политикой, иными социальными регуляторами. Другими словами, функционирование – это действие права в социальной системе, это реализация его функций, воплощение их в общественных отношениях.

Анализ функций права как единой, целостной системы позволяет более полно понять содержание каждой функции.

Система функций права представляет собой сложное, многоуровневое образование и непосредственным образом связана с системой права. В соответствии с элементами, из которых состоит последняя, можно выделить 5 групп функций права, образующих систему их систему:

- общеправовые;
- межотраслевые;
- отраслевые;
- правовых институтов;
- нормы права.

Однако, исходя из общей теории права, рассмотрим основные общеправовые (собственно-юридические) функции.

Можно выделить две группы критериев, которые лежат в основе дифференциации общеправовых функций: внутренние (находятся в рамках самого права) и внешние (находятся за его пределами).

Внутренние критерии классификации права вытекают из системы права, способов его воздействия на поведение людей, особенностей реализации. Выделяют следующие собственно-юридические функции: *охранительная* и *регулятивная*.

Суть регулятивной функции заключается в главном социальном назначении права – регулировать общественные отношения: 1) фиксировать субъективный состав правонарушений; 2) определять круг жизненных обстоятельств (юридических фактов), с которыми нормы права связывают наступление тех или иных юридических последствий; 3) формировать права и обязанности участников (субъектов) правоотношений.

В основе регулятивной функции права лежат управомочивающие (дозволяющие) и обязывающие (предписывающие) юридические нормы.

Регулятивная функция права реализуется через две свои разновидности: *регулятивную динамическую* и *регулятивную статическую*[18]. В основе регулятивной динамической функции находятся правовые нормы, направленные на обслуживание средствами права тех или иных социальных процессов (например, кредит, сделка).

Регулятивная статическая функция реализует ту часть социального назначения права, которая заключается в закреплении статусов в обществе, обеспечении стабильности и неизменности социально-правовых ценностей (например, глава №1 конституции РФ закрепляет форму правления, государственного устройства, принципы политической системы).

Содержанием *охранительной функции* заключается в правовом воздействии, которое направлено на охрану (защиту) общественных отношений, образующих наиболее важные социально-экономические, культурно-нравственные, государственно-политические сферы деятельности людей и соответственно на вытеснение и ликвидацию отношений опасных для человека, его жизни, здоровья, нравственности, социального и экономического благополучия. В основе охранительной функции находятся в основном запрещающие нормы права. Содержание этой функции включает установление санкций и составов деяний, образующих основания, для юридической ответственности (гражданской, дисциплинарной, административной, уголовной).

Следует иметь в виду, что разграничение регулятивной и охранительной функций как самостоятельных направлений правового воздействия имеет определенную теоретическую условность, так как обе функции реализуют основное социальное назначение. В этом смысле через охранительную функцию право определенным образом охраняет социальные ценности, указывая, в частности, гражданам и организациям на законные и целесообразные пути реализации их интересов

Внешним объективным критерием классификации функций права являются различные социальные факторы, определяющие назначение права.

Общество как сверхсложное целое подразделяется на определенные сферы общественных отношений. Обычно выделяют три основные сферы, или системы – экономическую, политическую и воспитательную. Эти функции права называются социальными. Как правило, их определяют как направления обратного правового воздействия на соответствующие сферы общественной жизни.

Заканчивая рассмотрение системы функций права, отметим, что не следует рассматривать их как неизменное образование. Потому что, как только какая-либо сфера общественной жизни становится особенно значимой, то она начинает регулироваться нормами права – правомерно ставить вопрос о существовании соответствующей функции[19].

В каких же формах реализуются функции права? Выше было отмечено, что функции права состоят из форм информационного, ориентационного и правового регулирования. В соответствии с этими формами выделяют три формы реализации функций права: информационную, ориентационную и правовое регулирование.

Социальная ценность права

Право в условиях цивилизации с аксиологической точки зрения – это не только необходимое средство социального регулирования, но и социальная ценность, социальное благо[20].

Философский словарь дает следующее определение: «**Ценности** – это специфические социальные определения объектов окружающего мира, выявляющие их положительное или отрицательное значение для человека и общества»[21]. **Социальная ценность** – способность права удовлетворять положительные потребности и интересы общества.

Понять социальную ценность права – значить уяснить, раскрыть его положительную роль для личности и общества. Социальная ценность права выражается в следующем.

Во-первых, это возможность (способность) обеспечить *всеобщий устойчивый порядок в общественных отношениях*[22]. Решающую роль в данной плоскости играет нормативность права, отличающаяся общеобязательностью, всеобщностью. Это позволяет добиться такого состояния жизни общества, когда регламентированный юридическими нормами порядок действует во всей стране и непрерывно во времени.

Во-вторых, это возможность или способность достигнуть *определенности*, точности в самом содержании общественных отношений. Здесь главная роль принадлежит другому свойству права – его формальной определенности. Хотя именно с этим свойством права в значительной мере сопряжена его «формализованность», закрепление юридических норм в письменных источниках, все же следует уделить внимание самой определенности. Ведь как раз она раскрывает то, что правовое регулирование имеет четкие границы, показывает предназначенность, предопределенность предмета, характера возможного или необходимого поведения. Правовое регулирование вследствие этого приобретает многие черты, которые делают его высоко ценным: оно способно охватывать все необходимые формы социальной жизни, не оставляя пробелов в регулирование, что позволяет резко отделить правомерное поведение от произвола и своеволия. Это касается как запретов и позитивного обязывания, т.е. юридических обязанностей, связанной с ними юридической ответственностью, так и дозволения, т.е. субъективных прав.

В-третьих, это возможность *достигнуть гарантированного результата*. Рассматриваемая особенность права выражается в позитивных юридических обязанностях и в высокой степени обеспеченности, опирающейся на государственное принуждение. Эти качества позволяют рассчитывать на то. Что в итоге интенсивного использования правовых средств наступит ожидаемый эффект. Связь с государственным воздействием придает этой стороне ценности права противоречивый характер и имеет определенные негативные последствия.

В-четвертых, право обеспечивает *оптимальное соотношение свободы и справедливости*.

В-пятых, на *правовой основе формируются институты гражданского общества*.

Ученые выделяют два вида ценностей:

1. **Инструментальный вид** ценности подразумевает, что право – это прежде всего инструментальная или служебная ценность, т.е. ценность, выступающая в качестве инструмента, орудия, средства, обеспечивающего функционирование других институтов (государства, со-

циального управления, морали и т.п.), иных социальных благ. Именно с этой позиции оказывается возможным говорить не только о ценности права вообще, но и о *правовых ценностях.* Это значит, что ценность права выражается как в общих характеристиках, раскрывающих его значение, место в жизни общества, так и в том, что существуют отдельные *правовые ценности. Правовые ценности* – это конкретные социально-правовые явления, правовые средства и механизмы.

2. **Собственный (глубинный) вид** ценности рассматривает право в идеале – это ценность, которая присуща не какому другому социально-политическому явлению, ценность упорядоченной социальной свободы, справедливости, консенсуса. При этом собственная ценность права обусловлена его социальной природой и весьма существенно зависит от этапа развития общества, стадии цивилизации, характера политического режима и соответственно от стадии его «гуманитарного восхождения»[23] - движения от права сильного к праву гражданского общества. Собственная ценность права выражается в том, что может быть названо *правовыми началами или духом права.* Формулирование правовых начал – одна из первоочередных задач юридической науки, хотя многие из них достаточно очевидны и, как правило, фиксируются в уже отмеченных ранее основополагающих демократических правовых принципах. Помимо всего прочего, господство в обществе правовых идеалов и ценностей заключается в том, что та или иная жизненная проблема, социальная ситуация получает решение при помощи *правовых средств*, причем таких, которые, действуя в сочетании, во взаимосвязанном комплексе, сориентированы на юридические дозволения, на субъективные права, на то, что открывает простор для свободы и активности в поведении – главных показателей и проявлений прогресса в области общественных отношений.

Правовая система, Система права, Норма права, Правовая норма

Правовой системой называют совокупность права (в первую очередь в позитивном смысле, смысле системы права), правосознания и правовой практики (правореализации). Понятие правовой системы часто используется, чтобы обозначить всё связанное с правом в определённой стране, охарактеризовать историко-правовые и культурные отличия права разных государств и народов.

Правовую систему не следует путать с системой права, которая является лишь частью правовой системы.

Система права

Система права – совокупность норм, институтов и отраслей права.

Норма права

Норма права регулирует конкретный вид общественных отношений, содержит установленные или санкционированные государством правила поведения, общеобязательные в пределах сферы своего действия, обеспеченные принудительной силой государства и отражённые в источнике права.

Признаки правовой нормы:

- Норма права – правило общего характера, имеет неперсонифицированный характер, обращено ко всему населению или к группе лиц, объединенных одним признаком (например, пенсионерам).
- Норма права всегда обращена в будущее и рассчитана на многократное применение.
- Норма права имеет определенную внутреннюю структуру.

Структура правовой нормы:

- Гипотеза (*если…*) – элемент юридической нормы, который указывает на условие, при котором эта норма должна осуществляться и на кого распространяется (адресаты, юридические факты).
- Диспозиция (*то…*) – элемент юридической нормы, который указывает на правило поведения, каким может и каким должно быть это поведение, которому должны следовать участники правоотношений (субъективные права и обязанности адресатов).

• Санкция (*иначе…*) – элемент юридической нормы, который содержит описание неблагоприятных последствий для правонарушителя, мер государственного принуждения, наказания (меры юридической ответственности).

Все нормы права в совокупности составляют систему права, а регулирующие определённый круг общественных отношений – отрасль права. Внутри отраслей нормы также группируются в правовые институты.

Источники права

Как правило, под термином «источник права» понимается та внешняя форма, в которой выражается объективное право (совокупность всех норм права, система права). В этом смысле источниками права являются: правовой акт, правовой обычай, судебный прецедент, правовая доктрина, нормативный договор.

Правовой обычай

Правовой обычай – обычай, включённый государством в систему правовых норм и признаваемый источником права. Вместе правовые обычаи образуют обычное право. В России обычаи в качестве источников права официально признаются в первую очередь в сфере гражданского права, где действуют так называемые обычаи делового оборота. Несмотря на прямое указание правоприменения обычая делового оборота в Гражданском кодексе, многие авторы (Диаконов В. В., Сергеев А. П., Толстой Ю. К. и др.) не относят его к источникам права.

Нормативный договор

Представляет собой соглашение (как правило, хотя бы одной из сторон в котором выступает государство или его часть), из которого вытекают общеобязательные правила поведения (нормы права).

Нормативный договор может быть международным, либо же это может быть договор в рамках одного государства, например, между федерацией и её субъектами.

Судебный прецедент

Суде́бный прецеде́нт – решение определённого суда по конкретному делу, устанавливающее, изменяющее или отменяющее правовые нормы. В качестве источника права прецедент доминирует в системах общего права.

Правовая доктрина

Правовая доктрина, то есть научные работы на правовую тематику, может становится источником права, если санкционируется государством. Некоторое время правовая доктрина имела большое значение в качестве источника права в системе римского права.

Нормативно-правовой акт

Нормативно-правовой акт – документ, принимаемый уполномоченным государственным органом, устанавливающий, изменяющий или отменяющий нормы права. Нормативно-правовой акт в России (а также во многих других правовых системах, относящихся к романо-германской семье права) является основным, доминирующим источником права. Нормативные правовые акты принимаются только уполномоченными государственными органами, имеют определённый вид и облекаются в документальную форму. В России и ряде других стран существенно деление нормативно-правовых актов на законы и подзаконные акты, при этом первые обычно принимаются законодательной ветвью власти, а вторые исполнительной.

Отрасли права

Частное право и Публичное право

Частное право регулирует отношения, возникающие на началах равенства сторон, а Публичное право регулирует властные отношения на началах подчинения.

Материальное и процессуальное право

В системе права различают материальные и процессуальные отрасли права.

Гражданское право

Гражданское право – термин, использование которого очень разнилось и разнится в разных правовых системах.

Понятие пришло из Римского права, там под «гражданским правом» (лат. *Ius civile*) понималось право, действенное для граждан Рима и используемое преторами для решения исков между римлянами, в противоположность «праву народов» (лат. *Ius gentium*), используемого для решения споров между жителями зависимых земель и инородцев, находящихся на подконтрольной территории Рима.

В Америке «гражданским правом» (англ. *Civil law*) как правило называют правовые системы континентальной (романо-германской) правовой семьи.

В Европе категория «гражданское право» либо сливается с частным правом, либо обозначает его центральную отрасль, наименее подверженную связи с публичным правом. Долгое время для Европейского частного права было характерно деление на гражданское право и торговое право, регулирующее предпринимательскую деятельность, однако, в течение XX века для большинства европейский стран такое деление отпало, были приняты единые гражданские кодексы.

Для России актуально значение «гражданского права» как отрасли права, которая регулирует имущественные и связанные с ними неимущественные отношения. При этом другие частно-правовые отрасли, такие как трудовое право и семейное право (в первую очередь те, у которых имеются свои кодификации, отдельные от ГК РФ) как правило не считают частью гражданского права, однако, пока что эта терминология не устоялась так как долгое время термин «частное право» в России вообще не использовался. Использование термина «гражданское право» в советской науке вместо «частного права» было обусловлено в первую очередь позицией марксистско-ленинской науки, отрицавшей всё «частное» в сфере хозяйства.

Конституционное право

Конституционное право регулирует базовые отношения в сфере статуса личности, организации публичной власти и институтов гражданского общества.

Уголовное право

Уголовное право – это отрасль права, регулирующая общественные отношения, связанные с совершением преступных деяний, назначением наказания и применением иных мер уголовно-правового характера, устанавливающая основания привлечения к уголовной ответственности либо освобождения от уголовной ответственности и наказания.

В странах романо-германской правовой семьи преступлениями признаются только правонарушения, имеющие наибольшую общественную опасность.

Правовая культура

Правовая культура – система ценностей, правовых идей, убеждений, навыков и стереотипов поведения, правовых традиций, принятых членами определенной общности (государственной, религиозной, этнической) и используемых для регулирования их деятельности. В рамках одного государства может существовать одновременно несколько П.к. Особенно это характерно для многонациональных и мультирелигиозных обществ. Так, в России существует русская, элементы мусульманской, обособленная П.к. у цыган и некоторых других этнических

общностей. При этом можно говорить о П.к. как общности (общества) в целом, так и П.к. отдельной личности (индивидуума). В правовой теории существует оценочный подход к зрелости П.к.: говорят о «высокой» и «низкой» П.к., о необходимости повышения П.к. общества и личности, В то же время применительно к общностям (обществам) высказывается мнение о несопоставимости разных видов П.к., самоценности каждой из них.

Правовая культура – качественное правовое состояние личности и общества. Структурными элементами правовой культуры выступают компоненты юридической действительности: право и правосознание, правовые отношение и законность, правопорядок и правомерная деятельность субъектов.

Правовая культура человека проявляется в подготовленности его к восприятию прогрессивных идей и законов, в умении и навыках пользоваться правом, ориентации собственной деятельности на право, а так же в оценке собственных знаний права.

Правовая практика

Правовая практика – процесс осуществления правовых предписаний, воплощения этих предписаний в жизнь, в поведение людей и конечный результат данного процесса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Итак, можно с уверенностью говорить, что эта тема «Понятие, признаки и сущность права» актуальна в любое время, так как право регулирует нашу жизнь и является средством управления обществом и средством согласования воли и интересов различных социальных групп, то есть устраняет анархию, то, на мой взгляд, каждый должен изучать и знать право. А первой ступенью познания является именно эта тема. Поэтому в данной работе мною была проведена попытка проанализировать, осмыслить и обобщить различные точки зрения на право. Хотя в юридической литературе нет единого подхода к определению понятия права, а тем однозначного о нём представления.

Вот основные мои выводы:

Во-первых, право – есть система общеобязательных, формально-определенных нормативов, принимаемых ил санкционируемых государством, обеспечиваемый государством, в том числе силой государственного принуждения, регулирующих общественные отношения.

Во-вторых, сущность права – обусловленная материальными и социальными условиями жизнедеятельности общества, характером классов, социальных групп населения, отдельных индивидов общая воля как результат согласования, сочетания частных или специфических интересов, выраженная в законе либо иным способом признаваемая государством и вступающая вследствие этого, общим (общесоциальным) масштабом, мерой (регулятором) поведения и деятельности людей.

В-третьих, на мой взгляд, основными общеправовыми принципами являются принципы: демократизма, справедливости, гуманизма, равенства, единства прав и обязанностей и сочетания убеждение и принуждения.

В-четвертых, функции права – это основные направления воздействия права на общественные отношения и поведение людей.

И, в-пятых, социальная ценность права – способность права удовлетворять положительные потребности и интересы общества.

Но, разумеется, в сфере права никто не может установить истину в последней инстанции, а вместе с ней и критерии правильности подходов к изучению и определению понятия права. Только практика, по общему признанию, может служить критерием истины. Однако для того, чтобы практика “сказала” своё слово и тому или иному определению понятия права был вынесен оправдательный или обвинительный “приговор”, потребуется определённое время.

Тема лекционного занятия: «Основы конституционного права РФ»

Цели занятия: сформировать общее представление о конституционном праве Российской Федерации

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Конституционное право РФ - основополагающая отрасль российского права, регулирующая фундаментальные общественные отношения:

- конституционный строй, формы и способы осуществления государственной власти; правовое положение личности;
- государственное (национально-территориальное) устройство государства;
- организацию и деятельность органов государственной власти и местного самоуправления.

Конституционное право РФ регулирует основополагающие положения во всех сферах жизнедеятельности российского общества и государства. Ее ведущая роль определяется характером тех общественных отношений, которые составляют предмет конституционного права. По сравнению с другими отраслями права эти отношения имеют существенные особенности. Они выражаются, прежде всего, в том, что конституционное право регулирует отношения, складывающиеся во всех сферах жизнедеятельности общества: политической, экономической, социальной, духовной и др.

Различные авторы дают несколько разнящиеся между собой по формулировке, но схожие по сути определения конституционного права.

При этом некоторыми авторами термин «конституционное право» употребляется в трех основных значениях; как наука, отрасль права и учебная дисциплина. Все они взаимосвязаны, существуют и развиваются, находясь в едином целом. В этом единстве объединительную функцию выполняет наука. Так, отрасль права является одной из сторон объекта и предмета ее изучения, а учебная дисциплина - совокупностью определенных сведений из области науки.

Наука конституционного права является совокупностью, системой взглядов, принципов, идей, представлений, научных знаний о конституционном праве как отрасли права и регулируемой ее нормами общественных отношений. Это наиболее общее понятие науки конституционною права и оно при замене некоторых терминов приемлемо для определения любой другой юридической науки. Сказанное обусловлено тем, что наука конституционного права - лишь часть учения о праве, она справедливо усматривается как одна из отраслей правоведения (науки о праве) и на нее распространяются все признаки, характеризующие правоведение в целом.

Конституционное право как общая часть российского права - совокупность конституционных норм, закрепляющих социально-экономические, политико-управленческие, духовно-культурные устои российского общества, основы правового положения человека и гражданина, задающих структуру российского права, единые цели, принципы, ценности всех его отраслей, обеспечивающих их согласованное непротиворечивое действие.

Конституционное право как обычная отрасль российского права - совокупность конституционных и обычных норм, определяющих с помощью методов общего и детального нормирования формирование, устройство и порядок деятельности институтов верховной государственной власти, политической системы.

Исходя из изложенного, можно дать краткое определение конституционного права, как совокупности правовых норм, охраняющих основные права и свободы человека и учреждающих в этих целях определенную систему государственной власти.

Поскольку эта отрасль права регулирует столь важную и сложную сферу общественной жизни, она неизбежно приобретает ведущий характер в системе права. Собственно, с конституционного права начинается формирование всей системы национального права, всех отраслей, и в этом его системообразующая роль. Ни одна отрасль национального права той или иной страны не может развиваться, если она не находит опоры в конституционных принципах или нормах конституционного законодательства, а тем более противоречит им.

Конституционное право теснее всех других отраслей связано с политикой и политической системой. Властные отношения соприкасаются не только с индивидуальными проявлениями свободы человека, но и с коллективными действиями людей через политические партии и общественные объединения, которые путем выборов участвуют в формировании органов государственной власти, а затем в функционировании этих органов.

Как и любая отрасль права, конституционное право имеет свой предмет. Уяснение его необходимо для того, чтобы выявить специфику правового регулирования, а значит -- составить понятие о содержании, назначении и целях данной отрасли права, ее отличии от других отраслей. Определение предмета конституционного права требует большой точности, поскольку в этой отрасли речь напрямую идет о гарантиях свободы человека; свобода нуждается для своей охраны лишь в минимуме ограничений, в то время как власть должна быть как раз максимально ограниченной, имея только самый необходимый набор полномочий в интересах людей.

Предмет конституционного права охватывает две основные сферы общественных отношений: 1) охраны прав и свобод человека (отношения между человеком и государством); 2) устройства государства и государственной власти.

Отношения между человеком и государством регулируются не только конституционным правом, но и другими отраслями права (административным, трудовым и др.). Но конституционное право содержит нормы основополагающего характера, из которых складываются правовой статус человека, его основные права и свободы. В науке широко распространено понимание права как меры свободы, и как раз конституционное право в наибольшей степени отвечает этому пониманию.

При этом право регулирует только небольшую часть общественных отношений, в то время как большая их часть является предметом саморегуляции на основе морали и гражданских прав.

Через права свободного человека складывается определенный общественный порядок: формы собственности, организация экономики, политическая система, социальные отношения и т. д. И конечно, Конституция закрепляет некоторые общественные устои (равную защиту всех форм собственности, многопартийность, независимость местного самоуправления и др.).

Устройство государственной власти предполагает не только учреждение органов государственной власти, но и регламентацию широкого круга отношений между ними. Органы государственной власти, несмотря на различие их задач и разделение полномочий, должны составлять единую целостную систему и находиться в таких отношениях с людьми и их интересами, которые содействовали бы раскрытию роли государства в обществе. Конституционное право составляет исходную точку развития властно-правовых процессов, оно призвано и может стать основой для слаженного и целенаправленного взаимодействия всех государственных органов, но при отсутствии внутреннего единства способно породить разлад в их действиях, конституционные кризисы и хаос в государственной жизни.

Эта системообразующая функция конституционного права требует от него четкого закрепления объема полномочий, задач и статуса органов законодательной, исполнительной и

судебной власти, а также органов местного самоуправления, порядка их образования, компетенции, форм деятельности и т. д.

2. Источники и система конституционного права

Нормы конституционного права находят свое выражение в различных формах, которые обычно именуются источниками. Эти источники носят как писаный, так и неписаный характер, они состоят из нормативных правовых актов, общих принципов права, естественного права, обычаев, судебных прецедентов и определенных международно-правовых актов. Образуемая при этом иерархическая система обеспечивает необходимое для правоприменения соотношение различных источников между собой по степени юридической силы, их приоритетности.

Источники конституционного права (конституция, закон, указ и другие правовые акты) характерны практически для всех институтов конституционного права, и не всегда каждому институту соответствует какая-то одна форма. Так, институт исполнительной власти регламентируется в форме конституционных норм, законов, указов Президента, решений Конституционного Суда. То же можно сказать о каждом институте.

Формы конституционного права составляют систему, в которой одни акты выполняют роль актов более высокой юридической силы по отношению к другим (например, Конституция по отношению к закону или указу Президента, а закон по отношению к указу Президента и постановлению Правительства). Далеко не безразлично, в какой форме реализуется правовая норма, регулирующая те или иные отношения, тут должен быть жесткий порядок, чтобы предупредить «войну» источников. Например, постановлением Правительства или даже законом нельзя расширять основные полномочия исполнительной власти (для этого требуется принять поправку к Конституции в соответствии с предусмотренной процедурой).

Признание того или иного акта источником права влечет за собой определенные правовые последствия. Это значит, что такой акт может порождать для граждан какие-то права и обязанности, а следовательно, гражданин вправе требовать зашиты своих прав в судебном порядке. Специфика форм, которые присущи нормам конституционного права, не только в их содержании (поскольку конкретному содержанию, как правило, соответствует своя форма), но и в процедуре принятия соответствующих норм. Закрепление основных прав и свобод граждан, например, может осуществляться только Конституцией и только в соответствии с установленным порядком се принятия и изменения.

Источниками конституционного права являются:

а) *Конституция*. Среди источников конституционного права важнейшее место занимает конституция. Это основной закон всякого государства, хотя в писаной форме его может и не быть (Великобритания).

Конституция устанавливает наиболее важные нормы и принципы, из которых потом вырастает детальное правовое регулирование в различных формах. Конституция всегда предусматривает особый порядок изменения ее статей, в чем проявляется ее исключительность по сравнению с обычными законами.

В России действует Конституция, принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 года. Наряду с этой, федеральной, Конституцией действуют конституции республик, входящих в состав Российской Федерации. Конституции республик также обладают высшей юридической силой на их территории. Но федеральная Конституция имеет верховенство на всей территории Федерации (ст. 4 Конституции), а это означает, что конституции республик, некоторые из которых приняты до принятия федеральной Конституции, должны, тем не менее, соответствовать последней и не противоречить ей. Аналогичной юридической силой на своей территории обла-

дают уставы других субъектов РФ (края, области, города федерального значения, автономной области, автономного округа).

б) *Законы.* По российской Конституции предусматривается издание Федеральным Собранием федеральных конституционных законов, которые, являются источниками конституционного права, и федеральных законов, из которых такое значение имеют только законы конституционно-правового содержания (т. е. регулирующие применение прав и свобод человека и гражданина, устройство государственной власти). Источниками конституционного права являются постановления Государственной Думы и постановления Совета Федерации. Из смысла ч. 2 ст. 125 вытекает, что постановления палат могут иметь нормативный характер.

Конституция не дает четкого критерия для различения конституционного и обычного федерального закона, но определяет более жесткий порядок принятия конституционного закона (в соответствии с ч. 2 ст. 108 Конституции).

В ч. 3 ст. 76 Конституции указывается, что федеральные законы не могут противоречить федеральным конституционным законам, следовательно, в иерархии источников права федеральные конституционные законы занимают более высокое место, следуя сразу же за Конституцией. Конституционные законы, как это вытекает из текста Конституции, должны приниматься по важнейшим вопросам, затрагивающим права и свободы граждан, правомочия государства (ограничение прав и свобод в условиях чрезвычайного положения - ч. I ст. 56, определение режима военного положения - ч. 3 ст. 87 и др.). Такие законы обязательно должны приниматься по вопросам, предусмотренным Конституцией; этих вопросов 15, но приняты пока не все федеральные конституционные законы. Федеральные конституционные законы не могут изменять Конституцию и не являются частью Конституции.

В то же время многие из важных вопросов (приобретение и прекращение гражданства - ч. I ст. 6, ограничение прав и свобод человека и гражданина в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства - ч. 3 ст. 55) нуждаются в принятии только обычного федерального закона. Источниками конституционного права являются также законы, издаваемые законодательными органами субъектов РФ в соответствии с ч. 2 ст. 5 Конституции РФ и соответствующие конституциям и уставам субъектов Федерации.

в) *Договоры и соглашения.* Необходимо различать международные договоры и соглашения, заключаемые Российской Федерацией с другими суверенными государствами, и внутренние договоры и соглашения, заключаемые между Федерацией и ее субъектами или между субъектами Федерации. В ч. 4 ст. 15 Конституция РФ устанавливает, что общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы. Более того, Конституция устанавливает приоритет международного права по отношению к внутреннему, указывая, что если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора.

Заключение Российской Федерацией договоров с другими государствами регулируется Федеральным законом «О международных договорах Российской Федерации» от 15 июля 1995 года. Закон устанавливает, что положения официально опубликованных международных договоров Российской Федерации, не требующие издания внутригосударственных актов для применения, действуют в Российской Федерации непосредственно. Для осуществления иных положений международных договоров Российской Федерации принимаются соответствующие правовые акты. Законом устанавливаются порядок ратификации международных договоров, порядок

присоединения Российской Федерации к международным договорам, вступление в силу, выполнение, прекращение и приостановление действия международных договоров.

Закон закрепляет очень важный «особый порядок выражения согласия на обязательность для Российской Федерации международных договоров». Статья 22 устанавливает: «Если международный договор содержит правила, требующие изменения отдельных положений Конституции Российской Федерации, решение о согласии на его обязательность для Российской Федерации возможно в форме федерального закона только после внесения соответствующих поправок в Конституцию Российской Федерации или пересмотра ее положений в установленном порядке». Международный договор, следовательно, сам по себе не может изменить Конституцию или действовать в противоречии с ней.

К числу источников конституционного права так же относятся правовые акты, принимаемые Содружеством Независимых Государств, одним из членов которого является Россия, а также Договор о создании Союзного государства России и Белоруссии (1999 года) и акты других объединений части государств СНГ и России. Правовые акты конституционного характера в будущем будут приниматься Межпарламентской ассамблеей, Парламентом Союзного государства России и Белоруссии и соответствующими исполнительными и судебными органами. Процедура их принятия и юридическая сила пока не определены.

Для практики Российской Федерации характерны внутренние договоры и соглашения. Источником конституционного права остается Федеративный договор от 31 марта 1992 года, которым были разграничены предметы ведения и полномочия Российской Федерации и ее субъектов. Но этот Договор, как и другие договоры между федеральными органами государственной власти Российской Федерации и органами государственной власти субъектов РФ, действует только в случае соответствия его положений положениям Конституции РФ.

г) *Декларации.* В этой правовой форме были приняты важные конституционно-правовые нормы, такие как: Декларация о государственном суверенитете РСФСР от 12 июня 1990 года, Декларация о языках народов России от 25 октября 1991 года.

Декларации обычно устанавливают общие принципы конституционно-правового развития. Ныне эти принципы реализованы в принятой в 1993 году Конституции РФ. Конституция не содержит какого-либо упоминания о праве Федерального Собрания принимать декларации, об их юридической силе и о порядке принятия. Но поскольку это и не исключено, можно сделать вывод, что парламент вправе принимать подобного рода акты без притязания на их высшую юридическую силу и без соблюдения обычной законодательной процедуры.

д) *Регламенты палат Федерального Собрания.* Эти акты принимаются в соответствии с Конституцией РФ каждой палатой для организации своей деятельности и не требуют утверждения другой палатой и подписи Президента. Этим они отличаются от законов. Регламенты регулируют, круг вопросов, связанных с организацией работы палат, осуществлением законодательного процесса (создание комиссий и комитетов, порядок прохождения законопроектов и т. д.). Это нормативные акты с внутренней сферой применения.

е) *Указы и распоряжения Президента Российской Федерации.* Такие акты обычны для главы государства в любой стране. В Конституции РФ указывается, что они обязательны для исполнения на всей территории Российской Федерации и не должны противоречить Конституции РФ и федеральным законам. Отсюда следует, что указы и распоряжения Президента относятся к числу подзаконных актов, т. е. могут быть отменены федеральным законом.

Указы Президента могут быть нормативными и ненормативными. Первые издаются на основании конституционных полномочий Президента или в случае пробелов в законодательстве. Вторые - это акты применения Президентом какого-то закона; по времени действия и по

кругу лиц, на которых они распространяются, они носят ограниченный характер. Президент издает указы в пределах своей компетенции, однако периодически, когда возникают вопросы, требующие оперативного урегулирования, Президент издает нормативные указы по отдельным вопросам, относящимся к полномочиям парламента, которые сохраняют свое действие до тех пор, пока не будут изданы соответствующие федеральные законы.

Распоряжения Президента сравнительно редко носят нормативный характер, но таковые все же встречаются. Так, распоряжение Президента РФ «Вопросы государственного надзора за ядерной и радиационной безопасностью» от 26 июля 1995 года внесло серьезные нормативные изменения и дополнения в Положение о Федеральном надзоре России по ядерной и радиационной безопасности. Указы и распоряжения Президента РФ подлежат обязательному официальному опубликованию в соответствии с Указом Президента РФ «О порядке опубликования и вступления в силу актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти» (в редакции от 13 августа 1998 года).

Аналогичные правовые акты для своих территорий издают президенты и главы администраций (губернаторы) республик и других субъектов Российской Федерации.

ж) *Постановления Правительства РФ.* Поскольку Правительство осуществляет исполнительную власть, оно издает постановления и распоряжения, обязательные к исполнению в Российской Федерации (ст. 115 Конституции). Но не все постановления Правительства, как и другие его акты, имеют нормативное значение и относятся к числу источников конституционного права. Таковыми являются только те акты, которые содержат общеобязательные нормы, регулирующие отношения в сфере этой отрасли права. Все правительственные акты являются подзаконными актами, т. е. должны соответствовать Конституции, законам и указам Президента РФ. Акты вышестоящих органов исполнительной власти обязательны для нижестоящих. Постановления и распоряжения Правительства РФ должны быть официально опубликованы.

Права, свободы и обязанности человека и гражданина, правовой статус организаций регламентируются также правовыми актами, издаваемыми такими федеральными органами исполнительной власти, как министерства, госкомитеты и ведомства. Например, в сфере приватизации собственности весьма развито нормотворчество органов, регулирующих имущественные отношения. Однако для того, чтобы такие акты имели правовые последствия, они должны быть зарегистрированы в Министерстве юстиции и обязательно опубликованы в официальных изданиях.

з) *Судебные решения.* К числу источников конституционного права относятся постановления Конституционного Суда РФ, в которых устанавливается соответствие Конституции России федеральных законов, нормативных актов Президента, палат Федерального Собрания, Правительства РФ, конституций и уставов, законов и других нормативных актов субъектов Федерации, а кроме того, разрешаются споры о компетенции, дается толкование Конституции. Хотя с формальной точки зрения Конституционный Суд не относится к числу правотворческих органов, акты которого по юридической силе стояли бы выше актов парламента и Президента, по существу он таковым является. Существует презумпция конституционности каждого закона, но любые акты или их отдельные положения, признанные Судом неконституционными, утрачивают силу, а не соответствующие Конституции международные договоры не подлежат введению в действие и применению.

Что касается системы судов общей юрисдикции, возглавляемой Верховным Судом РФ, то их решения в силу конституционного принципа независимости судей, подчиняющихся только Конституции и федеральному закону, не могут обладать общеобязательной нормативной силой,

т. е. быть обязательными для решения дел нижестоящими судами. Судебный прецедент вообще не признается источником конституционного права, за исключением некоторых решений судов, все же являющихся источниками конституционного права (например, постановление Пленума Верховного Суда РФ «О некоторых вопросах применения судами Конституции Российской Федерации при осуществлении правосудия» от 31 октября 1995 года, в котором судам разъясняется порядок непосредственного применения Конституции РФ при рассмотрении конкретных судебных дел).

е) *Правовые акты СССР и РСФСР.* Некоторые из этих актов являются источниками конституционного права России в силу принципа правопреемственности или на период, пока не будет принято заменяющее их законодательство. Так, в постановлении Верховного Совета РФ о ратификации Соглашения о создании Содружества Независимых Государств от 12 декабря 1991 года установлено, что на территории России до принятия соответствующих законодательных актов Российской Федерации нормы бывшего Союза ССР применяются в части, не противоречащей Конституции РФ, ее законодательству и настоящему Соглашению.

«Заключительные и переходные положения» во втором разделе Конституции 1993 года устанавливают, что законы и другие правовые акты, действовавшие на территории Российской Федерации до вступления в силу настоящей Конституции, применяются в части, не противоречащей Конституции РФ. Сохраняет свое правовое значение ряд законов и постановлений, принятых Съездом народных депутатов и Верховным Советом СССР и РСФСР, а также постановлений Совета Министров СССР и РСФСР, хотя по мере принятия новых законов и других правовых актов число их постоянно убывает.

к) *Акты органов местного самоуправления.* В статье 12, Конституция отмечает, что местное самоуправление в пределах своих полномочий самостоятельно. Это означает, что органы местного самоуправления вправе издавать свои правовые акты. И если эти акты регулируют отношения в сфере конституционного права (например, расширяют права и свободы или усиливают их гарантии), то они должны признаваться его источником.

Система конституционного права

Система отрасли -- это ее внутреннее строение, отражающее присущую ей группировку норм, их взаимосвязи и место в отрасли.

Как уже говорилось выше, конституционное право состоит из большого числа правовых норм. Они многообразны по содержанию, субъектам конституционно-правовых отношений, объекту регулирования и обширному перечню других признаков.

Критерием для образования системы конституционного права являются не его источники, а институты (конституционно-правовые институты), т. е. группы норм, регулирующие относительно самостоятельные сферы конституционно-правовых отношений. Каждый конституционно-правовой институт включает несколько различных источников. Например, институт президентства состоит из норм, закрепленных в Конституции, законах, постановлениях Конституционного Суда, а институт исполнительной власти -- из тех же источников плюс указы Президента и т. д.

Система конституционного права обусловлена самим характером этого права, она разделяет нормы по институтам, но при этом создает принципы их взаимодействия между собой, в силу которых нормы одного института создают предпосылки для действия норм другого, определяют их содержание и направленность, чем обеспечивается единство конституционно-правового регулирования.

Первичное и самое общее деление правовых норм на институты устанавливает Конституция, Ее разделы -- это первооснова для создания системы конституционного права. В ходе ис-

торического развития появляются все новые правовые институты, однако они обязательно имеют в качестве исходной ту или иную конституционную норму. Внутри же основных институтов образуются подсистемы, состоящие из еще более узких институтов. В Конституции РФ, например, нет раздела об избирательной системе, что свойственно многим зарубежным конституциям, но, тем не менее, это один из основных институтов конституционного права. Таким образом, система конституции и система конституционного права полностью не совпадают, система конституционного права при определенных условиях может сложиться и развиваться даже без писаной конституции, как это имеет место в Великобритании.

Система российского конституционного права включает следующие основные правовые институты с их основными внутренними подразделениями (подсистемами):

- основы конституционного строя;
- права и свободы человека и гражданина;
- федеративное устройство;
- избирательная система (избирательное право);
- президентская власть;
- законодательная власть;
- исполнительная власть;
- судебная власть;
- государственная власть в субъектах РФ;
- местное самоуправление;
- порядок внесения поправок и пересмотр Конституции РФ.

Тема лекционного занятия: «Основные положения административного права РФ»

Цели занятия: сформировать общее представление об административном праве Российской Федерации

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Традиционно субъектом административного права считается физическое или юридическое лицо (организация), которые в соответствии с установленными административным законодательством нормами участвуют в осуществлении публичного управления, реализации функций исполнительной власти. Субъект административного права - это одна из сторон публичной управленческой деятельности, участник управленческих отношений, наделенный законодательством правами, обязанностями, полномочиями, компетенцией, ответственностью, способностью вступать в административно-правовые отношения. Таким образом, реализация прав, установленных за субъектом административного права, и выполнение им определенных обязанностей происходят в рамках конкретного правоотношения. Поэтому последние являются основным каналом реализации административно-правовых норм. Субъект административного права - это конкретный участник административно-правовых отношений, в которые он вступает либо по своему собственному желанию (усмотрению), либо в силу обязанности, возложенной на него специальной правовой нормой. Например, гражданин может оспорить принятое органом исполнительной власти постановление в суде, если считает, что оно нарушает принадле-

жащие ему права и свободы. Вместе с тем он может и не оспаривать данного постановления. Должностное лицо, занимающее в органе исполнительной власти государственную должность государственной службы, обязано защищать права и свободы граждан и в необходимых случаях принимать соответствующие меры по их обеспечению. Прокурор обязан при наличии достаточных оснований возбудить производство по делу об административном правонарушении; данное постановление является реализацией его правового статуса.

Примеры реализации субъектами административного права своего правового статуса весьма и весьма многочисленны.

Субъекты административного права - реальные участники административно-правовых отношений, -- обладая административно-правовым статусом, участвуют в организации публичного управления (государственного и муниципального), в самой управленческой деятельности, а также в процессе управления (административных процедурах). Однако административно-правовой статус раскрывается и в отношениях между органами управления и гражданами, а также другими субъектами права. Следовательно, административно-правовой статус определяется правами, свободами, их гарантиями, обязанностями, правоограничениями, объемом ответственности. В качестве принципиального положения следует отметить, что субъекты административного права могут реализовывать свой правовой статус в рамках следующих четырех крупнейших блоков возникающих правоотношений: Бахрах Д. Н.Административное право. М., 2008. С.42.

- в организационно-управленческом праве (отношения по общей организации управления в различных отраслях и сферах управления);

- в управленческом процессе, т. е. в рамках использования управленческих процедур, подготовки и принятия правовых актов управления и применения иных административно-правовых форм и методов;

- в административном процессе, т. е. в системе отношений по поводу обеспечения судебной защиты прав, свобод, законных интересов физических и юридических лиц;

- в административно-деликтном праве, т. е. в процессе отношений, возникающих при применении мер административного принуждения уполномоченными органами и должностными лицами к субъектам, нарушающим правовые нормы.

Индивидуальными субъектами являются граждане РФ, иностранные граждане и лица без гражданства. Эти лица не состоят в устойчивых, непрерывных организационных отношениях с органами исполнительной власти или публичного управления. Субъектами административно-правовых отношений граждане становятся, например, в силу необходимости совершения какого-либо действия, выполнения установленной для них обязанности, получения разрешения (лицензии) соответствующего государственного органа, оспаривания в суде действий (бездействия) или решения органов исполнительной власти, нарушающих права, свободы и законные интересы (на гражданина налагается административное взыскание за совершенное административное правонарушение; он направляет жалобу в суд на действие должностного лица, нарушившего его право или ограничившего его свободы; граждане учреждают общественное объединение и т. д.). К индивидуальным субъектам административного права относятся также государственный служащий или должностное лицо. Они занимают государственные должности в государственных органах власти, находятся в устойчивых и непрерывных организационных отношениях с указанными органами; их статус одинаковым образом регламентирован нормативными правовыми актами; они осуществляют компетенцию государственных органов и имеют для это-

го соответствующие государственно-властные полномочия; выполняют действия и принимают решения от имени государственных органов (при этом они - индивидуальные субъекты права).

Коллективные субъекты административного права - это группы людей, являющиеся организациями, которые выступают во внешних отношениях как самостоятельный субъект права; порядок их создания и деятельность регламентированы нормативными правовыми актами.

Субъект административного права всегда является субъектом права. Одни и те же субъекты права могут одновременно быть субъектами различных отраслей права, в том числе публичного административного права, иными словами, один и тот же гражданин может быть субъектом как гражданского, так и административного или уголовного права. Суть соответствующих правоотношений раскрывается через понятие правоспособности, ее характер, содержание и объем.

Административная правоспособность и административная дееспособность - главные составляющие административно-правового статуса субъектов административного права. В отличие от частного права (гражданского законодательства), нормативно устанавливающего понятия гражданской право- и дееспособности, в административном праве термин «административная правосубъектность» лишен правового регулирования и анализируется учеными в целях выяснения правовой природы и общих вопросов административно-правового статуса участников административно-правовых отношений.

Правоспособность субъекта сочетает в себе его юридические права и обязанности; она традиционно представляет собой способность конкретного лица иметь субъективные права и юридические обязанности. Административная правоспособность - вид общей правоспособности субъекта права. Последняя представляет собой установленную законодательством и гарантированную государством возможность конкретного субъекта права (гражданина, государственного органа, государственного служащего, должностного лица, хозяйственного общества, некоммерческой организации и т. д.) вступать в различные правоотношения. Правоспособность - это возможность приобретать соответствующие права и исполнять обязанности, совершать действия и принимать решения, возбуждать административные производства и рассматривать дела об административных правонарушениях, нести ответственность в случае нарушения правовых норм и несоблюдения установленных законом требований. Таким образом, правоспособность служит условием возникновения реальных правоотношений, предпосылкой приобретения каждой из сторон этих правоотношений конкретных прав и обязанностей. Реализация прав и обязанностей субъекта административного права обеспечивается наступлением юридических фактов, образующих сами правоотношения. Правоспособность субъекта права создает возможность применения к нему юридической (в том числе административной) ответственности.

Административно-правовые отношения возникают тогда, когда субъекты (участники) этих отношений имеют административную правоспособность, т. е. обладают необходимым объемом прав и обязанностей, создающих основу для их вступления в правоотношения. Каждый участник административно-правовых отношений, наделенный законодательством конкретными правами и обязанностями, может рассматриваться в качестве субъекта административного права.

2. Субъективная сторона административного правонарушения

административный право государство

Субъективная сторона административного правонарушения - это психическое отношение субъекта (физического лица) к противоправному действию или бездействию и его последствиям. Обязательный признак субъективной стороны - вина субъекта административного правона-

рушения. Вина бывает в двух формах: в форме умысла и в форме неосторожности. Виновность деяния свидетельствует, что оно совершено либо умышленно, либо по неосторожности.

Административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично. В первом случае умысел является прямым - лицо желало наступления вредных последствий. Во втором и третьем случаях умысел - косвенный, так как лицо прямо не желало наступления вредных последствий, но сознательно допускало их наступление либо относилось к этим последствиям безразлично.

Умышленным правонарушением, совершенным с прямым умыслом, считается, например, проезд водителя на запрещающий сигнал светофора, когда он видел этот сигнал, но очень торопился и не стал останавливать транспортное средство. Примером умышленного правонарушения, совершенного с косвенным умыслом, может служить случай, когда водитель не разобрался, какой сигнал светофора горит (положим, из-за яркого солнца, светившего в глаза), и, сознательно допуская, что едет на запрещающий сигнал светофора, или вообще относясь к этому факту безразлично, проехал на красный свет, хотя прямо наступления подобных вредных последствий не желал.

Административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть. В первом случае неосторожность проявляется в форме легкомыслия (самонадеянности), так как лицо предвидело возможность наступления вредных последствий, но самонадеянно рассчитывало их предотвратить; во втором - в форме небрежности.

Случай, когда водитель подъехал к перекрестку на большой скорости, рассчитывая успеть остановить автомобиль при сигнале, запрещающем движение, но не сумел этого сделать и выехал на перекресток на красный свет, является типичным примером неосторожного правонарушения, совершенного по легкомыслию (самонадеянности). Если же, отвлекшись от дороги, водитель проехал на красный свет (хотя не предвидел возможности такой ситуации, ибо не знал участка дороги, не знал, что там установлен светофор), то он совершил неосторожное правонарушение в форме небрежности. Водитель должен был и мог предвидеть вредные последствия своей невнимательности и не имел права притуплять внимание.

Неосторожную вину необходимо отличать от невиновного причинения вреда, т. е. казуса -- случая, при котором административная ответственность лица не наступает. В таких случаях лицо либо не должно было или не могло предвидеть общественно опасные, вредные последствия своего действия или бездействия, либо не было способно управлять своим поведением в силу чрезвычайных обстоятельств. Так, из практики выяснения причин проезда водителей на красный сигнал светофора, совершения ими соответствующих дорожно-транспортных происшествий известны случаи, когда у водителей, ранее не подозревавших о своем заболевании, перед перекрестком внезапно происходил инфаркт, появлялись судороги ног, они теряли сознание и др., и водители не были способны управлять транспортным средством.

Юридическое лицо, согласно ст. 2.1 КоАП РФ, признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта РФ предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В статьях КоАП РФ и в законах субъектов РФ, устанавливающих административную ответственность, форма вины чаще всего не обозначается. По данным статьям административная ответственность наступает вне зависимости от формы вины. Например, не важно, умышленно нарушил водитель требование дорожного знака или по неосторожности, допустим, не заметил данного знака (ст. 12.16 КоАП РФ).

В ряде случаев, хотя форма вины не установлена законодателем прямо, она косвенно ясна из самого характера деяния. Например, ч. 3 ст. 11.17 КоАП РФ предусматривает ответственность за курение в вагонах (в том числе в тамбурах) пригородного поезда. Понятно, что такое действие может быть совершено только умышленно. Однако иногда формулировка состава административного правонарушения прямо говорит, что оно может быть совершено только в форме умысла или только в форме неосторожности. Например, ст. 19.2 КоАП РФ предусматривает ответственность лишь за умышленное повреждение или срыв печати (пломбы), а согласно ст. 7.26 этого Кодекса установлена санкция за утрату материалов и данных государственного картографо-геодезического фонда Российской Федерации в результате их небрежного хранения пользователем. Очевидно, что такое правонарушение может быть только неосторожным, совершенным в форме небрежности.

Отдельные составы административного правонарушения предусматривают и такие факультативные признаки субъективной стороны состава, как мотив и цель. Например, ст. 20.3 КоАП РФ устанавливает ответственность за демонстрацию фашистской атрибутики или символики в целях пропаганды такой атрибутики или символики. Отсутствие указанной цели исключает возможность квалификации деяния в качестве административного правонарушения, предусмотренного данной статьей. И наоборот, ст. 6.8 КоАП РФ предусматривает ответственность за незаконное приобретение либо хранение без цели сбыта наркотических средств или психотропных веществ, а также оборот их аналогов. Если деяние совершено именно с этой целью, возможность его квалификации по данной статьей исключается. Еще раз подчеркнем, что только при наличии всех предусмотренных законом признаков состава административного правонарушения лицо, его совершившее, может быть привлечено к административной ответственности.

3. Доказательства по делам об административном правонарушении

В производстве по делу об административном правонарушении необходимо доказать, что имел место факт совершения этого проступка, что лицо, в отношении которого ведется производство по делу, виновно в его совершении, а также учесть ряд иных обстоятельств, которые могут повлиять на исход дела (наличие смягчающих и отягчающих обстоятельств, сведения о характере и размере причиненного вреда и др.). Особое значение при этом имеет выяснение обстоятельств, связанных с установлением виновности лица в совершении административного проступка.

Доказывание - это процесс установления объективной истины по делу, содержанием которого являются собирание, исследование, оценка и использование доказательств. Доказывание по делу об административном правонарушении осуществляют судья, орган, должностное лицо, в производстве которых оно находится. С одной стороны, доказывание служит установлению имевших место фактов, обстоятельств, их сущности, оценке значения для установления истины

по делу, с другой - фиксации в определенном законом порядке и формах полученных результатов для придания им статуса доказательства.

Доказательства всегда представляют собой единство фактического содержания и процессуальной формы, в которой выражены сведения о фактах. Это определяет такие качества доказательств, как их относимость и допустимость.

Относимостъ доказательств – это способность доказательств обосновывать, доказывать, опровергать какие-либо обстоятельства, подлежащие доказыванию по данному делу, т. е. относиться к предмету доказывания.

Допустимость доказательств означает, что, во-первых, известно происхождение полученных сведений и оно может быть проверено, а лицо, от которого исходят сведения, могло их воспринять; во-вторых, соблюдены общие правила доказывания и правила собирания и фиксации сведений определенного вида; в-третьих, соблюден порядок осуществления производства по делу, не превышены полномочия судьи, органа, должностного лица, в производстве которых оно находится, не нарушены права других участников производства по делу.

Не могут рассматриваться как доказательства данные, носящие характер слухов, догадок, даже если они были получены от лица, вызванного в качестве свидетеля, эксперта, изложены в документе и т. д. Данные, собранные оперативно-розыскным путем, до их проверки и подтверждения процессуальными действиями имеют лишь ориентирующее значение (указывают на местонахождение доказательств, возможное наличие обстоятельств, существенных для оценки доказательств, и т. д.). Не могут также использоваться в качестве доказательств материалы, не приобщенные к делу.

Обстоятельства, устанавливаемые доказательствами, можно разделить на две группы: к первой группе относятся обстоятельства, входящие в предмет доказывания; ко второй -- обстоятельства, которые непосредственно с предметом доказывания не связаны, но имеют значение для установления истины (промежуточные факты). Знание обстоятельств, относящихся ко второй группе, установление их связей с обстоятельствами предмета доказывания позволяют составить полную картину правонарушения.

С учетом вида и характера фактических данных доказательства принято классифицировать по различным основаниям.

По источнику происхождения доказательства делятся на личные, вещественные и документы.

Личными доказательствами являются объяснение правонарушителя, показания свидетелей и т. д., когда носитель соответствующей информации - физическое лицо.

Вещественные доказательства - это материальные объекты как носители информации, которая относится к обстоятельствам, имеющим значение для дела. Примером здесь могут служить орудие совершения правонарушения или непосредственный материальный объект правонарушения. Фотоснимки также относятся к вещественным доказательствам, если они сделаны в процессе совершения правонарушения либо если факт обнаружения фотоснимков в данном месте или у данного лица имеет существенное значение для дела. Примером фотографии как вещественного доказательства служит фотография проезда перекрестка автомобилем на запрещающий сигнал светофора, полученная с помощью автоматического фотодокументирующего прибора.

Документы - это материалы, которые содержат сведения, зафиксированные как в письменной, так и в иной форме. К документам могут быть отнесены акты ревизий, справки, ответы на запросы, письма, заявления, характеристики, фотоснимки, звуко,- кино- и видеозаписи, базы

и банки данных, иная информация, содержащаяся на магнитных и оптических дисках, магнитной ленте и других носителях.

По характеру связи между доказательством и фактом, подлежащим установлению, все доказательства делятся на прямые и косвенные.

Прямые доказательства непосредственно, однозначно подтверждают или опровергают любое из обстоятельств, подлежащих доказыванию по делу (например, акт медицинского освидетельствования водителя на состояние опьянения).

Косвенные доказательства обосновывают промежуточные факты, через связь которых может быть выяснено обстоятельство, имеющее непосредственное отношение к предмету доказывания. Допустим, вскрытый факт постоянных неформальных контактов какого-либо лица с членами избирательной комиссии является косвенным доказательством его вмешательства в работу этой комиссии и может оказать помощь в доказывании совершения соответствующего правонарушения.

В зависимости от способа формирования доказательства могут быть первоначальными и производными.

Первоначальными доказательствами являются те, которые получены из первоисточника (например, показания свидетеля, который был очевидцем совершения другим лицом мелкого хулиганства).

К производным доказательствам относятся те, которые получены на основе первоначальных сведений через какие-либо промежуточные звенья, через «посредника» (например, свидетель слышал, как его сосед хвастался лицам, с которыми распивал водку в подъезде, что он вызвал милицию, сообщив, что в магазине установлено взрывное устройство, хотя этого на самом деле не было). Производные доказательства -- это копии документов, слепки следов. Доказательства бывают также обвинительные (изобличающие лицо или устанавливающие обстоятельства, отягчающие его вину) и оправдательные (опровергающие обвинение или устанавливающие смягчающие вину обстоятельства). Для каждого вида доказательств закон определяет соответствующие правила собирания и закрепления, учитывающие их особенности. Нарушение этих правил делает невозможным использование полученных фактических данных в качестве доказательств. Положение ст. 50 Конституции РФ о том, что при осуществлении правосудия не допускается использование доказательств, полученных с нарушением федерального закона, относится не только к уголовному судопроизводству, но также и к производству по делам об административных правонарушениях. В этой связи особое значение имеет норма, закрепленная в ч. 3 ст. 26.2 КоАП РФ, согласно которой не допускается использование доказательств, полученных с нарушением закона.

Нельзя, в частности, использовать в качестве доказательства ни информацию, полученную с нарушением соответствующих процессуальных положений КоАП РФ, ни с помощью насилия, другого жестокого или унижающего человеческое достоинство обращения.

Доказательствами по делу об административном правонарушении являются любые фактические данные, на основании которых судья, орган, должностное лицо, в производстве которых находится дело, устанавливают наличие или отсутствие события административного правонарушения, виновность лица, привлекаемого к административной ответственности, а также г иные обстоятельства, имеющие значение для правильного разрешения дела. Эти данные устанавливаются:

- протоколом об административном правонарушении;
- иными протоколами, предусмотренными КоАП РФ;

- объяснениями лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении;

- показаниями потерпевшего, свидетелей;

- заключениями эксперта;

- иными документами;

- показаниями специальных технических средств;

- вещественными доказательствами.

Это наиболее типичные источники установления фактических данных по делам об административных правонарушениях. Однако их перечень, данный в ст. 26.2 КоАП РФ, не является исчерпывающим, ибо законодатель говорит также об иных документах, на основании которых могут устанавливаться фактические данные по делу. В одних случаях такие «иные документы» указываются в других статьях КоАП РФ или других законодательных актах. Например, одним из источников доказательств по делу о правонарушении, предусмотренном ст. 11.23 КоАП РФ («Нарушение водителем транспортного средства, осуществляющим международную автомобильную перевозку, режима труда и отдыха»), могут быть такие документы, как регистрационные листки, отражающие режим труда и отдыха водителей.

Эти документы указаны как в ст. 11.23, так и в Федеральном законе «О государственном контроле за осуществлением международных автомобильных перевозок и об ответственности за нарушение порядка их выполнения». Статьей 27.12 КоАП РФ предусмотрено, что документом, подтверждающим факт опьянения лица на состояние опьянения, служит акт медицинского освидетельствования. Такой акт -- также один из источников доказательств по делам о соответствующих правонарушениях. В других случаях «иные документы» устанавливаются подзаконными и другими нормативными актами. Например, источниками доказательств по делам о правонарушениях, связанных с нарушением правил использования атомной энергии и учета ядерных материалов и радиоактивных веществ (ст. 9.6 КоАП РФ), могут быть документы, предусмотренные постановлениями Правительства РФ и ведомственными приказами. Однако в ряде случаев вопрос о том, может ли конкретный «иной документ» являться источником доказательств по делу об административном правонарушении и возможно ли на его основании устанавливать фактические данные, связанные с этим правонарушением, должен решаться судьей, органом, должностным лицом, в производстве которых находится дело.

Тема лекционного занятия: «Основные положения уголовного права РФ. Уголовный кодекс РФ о терроризме, экстремизме, коррупционных преступлениях»

Цели занятия: сформировать общее представление об уголовном праве Российской Федерации

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Одна их основных составляющих системы российского права – уголовное право (обладает самым мощным карательным инструментом). Эта отрасль существенно отличается от других отраслей, хотя и построена на общих принципах. Как отрасль российского права **УП определяется как совокупность юридических норм, устанавливаемых государством, определяю-**

щих преступность и наказуемость деяний, основания уголовной ответственности, цели наказания и систему наказаний, общие начала их назначения, а также основания освобождения от уголовной ответственности и наказания.

Уголовное право имеет свой сугубо специфический предмет регулирования. Предметом регулирования УП являются общественные отношения, возникающие в связи с совершением преступлений.

Систему уголовного права составляет общая и особенная части:

Общая часть- совокупность уголовно- правовых институтов и норм, в которых определяются:

- задачи уг. законодательства, его принципы и основание уголовной ответственности
- действие уг. закона в пространстве, времени и по кругу лиц
- дается определение понятию преступление и выделяются категории преступлений
- решаются вопросы о вине и ее формах
- указывается возраст, с которого наступает уг. ответственность и др.

Особенная часть- система норм, содержащих описание отличительных признаков конкретных преступлений и устанавливающих виды и размеры наказаний, которые могут быть назначены физическим лицам (конкретные составы преступлений). (преступления против жизни и здоровья, свободы, чести и достоинства, половой неприкосновенности и половой свободы, конституционных прав и свобод человека и гражданина и др.)

Задачи УП:

1.охрана прав и свобод человека и гражданина, собственности и общественного порядка,

1. охрана окружающей среды
2. конституционного строя от преступных посягательств
3. обеспечение мира и безопасности человечества
4. предупреждение преступлений

Принципы УП (основополагающие идеи):

1. законности (т.т преступность деяния, его наказуемость и иные уголовно- правовые последствия могут определяться только УК (аналогия не допускается))
2. равенство граждан перед законом
3. ответственность только за вину
4. справедливости (т.е. никто не может нести дважды наказание за одно и тоже преступление…)
5. пр-п гуманизма (наказание и иные меры не имеют свое целью причинение физических страданий)

2. Признаки преступления и характеристика элементов состава преступления. Классификация преступлений.

Преступлением признается **виновно совершенное общественно опасное противоправное деяние (действие или бездействие), запрещенное уголовным законом под угрозой наказания.** => признаки преступления: общественная опасность, противоправность, виновность, наказуемость.

Не является преступлением действие (бездействие), хотя формально и содержащее признаки какого-либо деяния, предусмотренного УК РФ, но в силу малозначительности не представляющее общественной опасности.

***Состав преступления* – это совокупность обязательных объективных и субъективных признаков, установленных уголовным законом и характеризующих общественно-опасное деяние как преступление**, т.е. это отражение в законе признаков преступления.

Состав преступления состоит из следующих элементов:

1. **Объект преступления**.

Это совокупность общественных отношений, охраняемых уголовным законом от преступных посягательств. Общие объекты перечислены в ст. 2 УК РФ (охрана прав и свобод человека и гражданина, собственности, общественного порядка и общественной безопасности, окружающей среды, конституционного строя Российской Федерации от преступных посягательств, обеспечение мира и безопасности человечества, а также предупреждение преступлений.).

От объекта надо отличать предмет и орудие. **Предмет (**часть объекта)- элемент преступления, воздействуя на который преступник причиняет вред общественным отношениям (при краже: объект- отношения собственности, предмет- похищенное имущество).

Орудие- вещи, при помощи которых достигается результат.

2. Объективная сторона преступления- совокупность установленных признаков преступления.

Это внешнее проявление преступления, т.е. общественно опасное деяние. Это внешний признак преступления.

3. Субъект преступления.

Это физическое, вменяемое лицо, достигшее определенного возраста , совершившее предусмотренное УК общественно опасное деяние(ст. 20 УК РФ).

По общему правилу уголовной ответственности подлежат лица, достигшие 16 лет, а в некоторых случаях и с 14 (убийство, умышленное причинение тяжкого вреда здоровью…)

4. **Субъективная сторона преступления**.

Отражает психическое отношение лица к совершенному им общественно-опасному деянию, т.е. вина. Это внутренний признак преступления.

Формы вины.

Виновным в преступлении признается лицо, совершившее деяние умышленно или по неосторожности.

Формы вины

Умысел / \ **Прямой- косвенный**

неосторожность / \ **легкомыслие - небрежность**

Преступление признается совершенным **с прямым умысл**ом, если лицо осознавало общественную опасность своих действий (бездействия), предвидело возможность или неизбежность наступления общественно опасных последствий и **желало** их наступления.

Преступление признается совершенным **с косвенным умыслом**, если лицо осознавало общественную опасность своих действий (бездействия), предвидело возможность наступления общественно опасных последствий, **не желало, но сознательно допускало эти последствия либо относилось к ним безразлично.**

Преступление признается совершенным **по легкомыслию**, если лицо предвидело возможность наступления общественно опасных последствий своих действий (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение этих последствий.

Преступление признается совершенным **по небрежности**, если лицо не предвидело возможности наступления общественно опасных последствий своих действий (бездействия), хотя при необходимой внимательности и предусмотрительности должно было и могло предвидеть эти последствия.

Каждый элемент состава преступления имеет свои признаки, которые делятся на:

- общие (присущие всем составам преступления),
- факультативные (присущие некоторым из составов).

Факультативные признаки подразделяются на основные и дополнительные. Основные факультативные признаки – это такие признаки, при отсутствии которых деяние не может быть признано преступлением. Дополнительные факультативные признаки – это признаки, отсутствие которых не влияет на определение преступности деяния (отягчающие и смягчающие обстоятельства).

Факультативные признаки для объекта преступления: дополнительный объект (*разбой – собственность, жизнь)* или предмет преступления (*то, на что направлено преступное посягательство).*

Признаки для объективной стороны преступления: **основные** – общественно-опасное деяние, последствия и причинная связь между деянием и наступившими последствиями; **факультативные** – место совершения преступления, время, способ, обстоятельства и орудие совершения преступления.

Признаки для субъекта: **основные** – физическое лицо, возраст, вменяемость; **факультативные** – определяющие специальный субъект (напр., *военнослужащие*).

Признаки субъективной стороны: **основной** – вина в форме умысла или неосторожности, **факультативные** – мотив совершения преступления, цель.

Классификация преступлений. В зависимости от характера и степени общественной опасности деяния, предусмотренные УК РФ, подразделяются на преступления небольшой тяжести, преступления средней тяжести, тяжкие преступления и особо тяжкие преступления.

1. Преступлениями небольшой тяжести признаются умышленные и неосторожные деяния, за совершение которых максимальное наказание не превышает 2 лет лишения свободы.

2. Преступлениями средней тяжести признаются умышленные и неосторожные деяния, за совершение которых максимальное наказание не превышает пяти лет лишения свободы.

3. Тяжкими преступлениями признаются умышленные и неосторожные деяния, за совершение которых максимальное наказание не превышает десяти лет лишения свободы.

4. Особо тяжкими преступлениями признаются умышленные деяния, за совершение которых предусмотрено наказание в виде лишения свободы на срок свыше десяти лет или более строгое наказание.

***1. Необходимая оборона (ст**. 37 УК РФ).*

Не является преступлением причинение вреда посягающему лицу в состоянии необходимой обороны, то есть при защите личности и прав обороняющегося или других лиц, охраняемых законом интересов общества или государства от общественно опасного посягательства, если при этом не было допущено превышения пределов необходимой обороны. Право на необходимую оборону имеют в равной мере все лица независимо от их профессиональной или иной специальной подготовки и служебного положения. Это право принадлежит лицу независимо от возможности избежать общественно опасного посягательства или обратиться за помощью к другим лицам или органам власти.

Превышением пределов необходимой обороны признаются умышленные действия, явно не соответствующие характеру и степени общественной опасности посягательства.

2. Причинение вреда при задержании лица, совершившего преступление (ст. 38 УК РФ).

Не является преступлением причинение вреда лицу, совершившему преступление, при его задержании для доставления органам власти и пресечения возможности совершения им новых преступлений, если иными средствами задержать такое лицо не представлялось возможным и при этом не было допущено превышения необходимых для этого мер.

Превышением мер, необходимых для задержания лица, совершившего преступление, признается их явное несоответствие характеру и степени общественной опасности совершенного задерживаемым лицом преступления и обстоятельствам задержания, когда лицу без необходимости причиняется явно чрезмерный, не вызываемый обстановкой вред. Такое превышение влечет за собой уголовную ответственность только в случаях умышленного причинения вреда.

3. Крайняя необходимость (Ст. 39 УК РФ).

Не является преступлением причинение вреда охраняемым уголовным законом интересам в состоянии крайней необходимости, то есть для устранения опасности, непосредственно угрожающей личности и правам данного лица или иных лиц, охраняемым законом интересам общества или государства, если эта опасность не могла быть устранена иными средствами и при этом не было допущено превышения пределов крайней необходимости.

Превышением пределов крайней необходимости признается причинение вреда, явно не соответствующего характеру и степени угрожавшей опасности и обстоятельствам, при которых опасность устранялась, когда указанным интересам был причинен вред равный или более значительный, чем предотвращенный. Такое превышение влечет за собой уголовную ответственность только в случаях умышленного причинения вреда.

***4. Физическое или психическое принуждение (ст**. 40 УК РФ).*

Не является преступлением причинение вреда охраняемым уголовным законом интересам в результате физического принуждения, если вследствие такого принуждения лицо не могло руководить своими действиями (бездействием).

***5. Обоснованный риск** (ст. 41 УК РФ).*

Не является преступлением причинение вреда охраняемым уголовным законом интересам при обоснованном риске для достижения общественно полезной цели.

Риск признается обоснованным, если указанная цель не могла быть достигнута не связанными с риском действиями (бездействием) и лицо, допустившее риск, предприняло достаточные меры для предотвращения вреда охраняемым уголовным законом интересам.

Риск не признается обоснованным, если он заведомо был сопряжен с угрозой для жизни многих людей, с угрозой экологической катастрофы или общественного бедствия.

6. Исполнение приказа или распоряжения (ст. 42).

Не является преступлением причинение вреда охраняемым уголовным законом интересам лицом, действующим во исполнение обязательных для него приказа или распоряжения. Уголовную ответственность за причинение такого вреда несет лицо, отдавшее незаконные приказ или распоряжение.

Лицо, совершившее умышленное преступление во исполнение заведомо незаконных приказа или распоряжения, несет уголовную ответственность на общих основаниях. Неисполнение заведомо незаконных приказа или распоряжения исключает уголовную ответственность.

Основания освобождения от уголовной ответственности.

1. **Освобождение от уголовной ответственности в связи с деятельным раскаянием** (ст. 75 УК РФ).

Лицо, впервые совершившее преступление небольшой тяжести, может быть освобождено от уголовной ответственности, если после совершения преступления добровольно явилось с повинной, способствовало раскрытию преступления, возместило причиненный ущерб или иным образом загладило вред, причиненный в результате преступления.

Лицо, совершившее преступление иной категории, при наличии условий, предусмотренных частью первой настоящей статьи, может быть освобождено от уголовной ответственности только в случаях, специально предусмотренных соответствующими статьями Особенной части УК РФ.

2. Освобождение от уголовной ответственности в связи с примирением с потерпевшим (ст. 76 УК РФ).

Лицо, впервые совершившее преступление небольшой тяжести, может быть освобождено от уголовной ответственности, если оно примирилось с потерпевшим и загладило причиненный потерпевшему вред.

3. **Освобождение от уголовной ответственности в связи с изменением обстановки (ст. 77 УК РФ).**

Лицо, впервые совершившее преступление небольшой или средней тяжести, может быть освобождено от уголовной ответственности, если будет установлено, что вследствие изменения обстановки это лицо или совершенное им деяние перестали быть общественно опасными.

4. Освобождение от уголовной ответственности в связи с истечением сроков давности (ст. 78 УК РФ).

Лицо освобождается от уголовной ответственности, если со дня совершения преступления истекли следующие сроки:

а) 2 года после совершения преступления небольшой тяжести;

б) 6 лет после совершения преступления средней тяжести;

в) 10 лет после совершения тяжкого преступления;

г) 15 лет после совершения особо тяжкого преступления.

Сроки давности исчисляются со дня совершения преступления и до момента вступления приговора суда в законную силу. В случае совершения лицом нового преступления сроки давности по каждому преступлению исчисляются самостоятельно. Течение сроков давности приостанавливается, если лицо, совершившее преступление, уклоняется от следствия или суда. В этом случае течение сроков давности возобновляется с момента задержания указанного лица или явки его с повинной. Вопрос о применении сроков давности к лицу, совершившему преступление, наказуемое смертной казнью или пожизненным лишением свободы, решается судом. Если суд не сочтет возможным освободить указанное лицо от уголовной ответственности в связи с истечением сроков давности, то смертная казнь и пожизненное лишение свободы не применяются.

К лицам, совершившим преступления против мира и безопасности человечества, сроки давности не применяются.

Основания освобождения от наказания.

1. Условно-досрочное освобождение от отбывания наказания (ст. 79 УК РФ).

Лицо, отбывающее исправительные работы, ограничение по военной службе, ограничение свободы, содержание в дисциплинарной воинской части или лишение свободы, может быть освобождено условно-досрочно, если судом будет признано, что для своего исправления он не

нуждается в полном отбывании назначенного судом наказания. При этом лицо может быть полностью или частично освобождено от отбывания дополнительного вида наказания.

Условно-досрочное освобождение может быть применено только после фактического отбытия осужденным:

а) не менее 1/2 срока наказания, назначенного за преступление небольшой или средней тяжести;

б) не менее 2/3 срока наказания, назначенного за тяжкое преступление;

в) не менее 3/4 срока наказания, назначенного за особо тяжкое преступление, а также трех четвертей срока наказания, назначенного лицу, ранее условно-досрочно освобождавшемуся, если условно-досрочное освобождение было отменено по основаниям, предусмотренным частью седьмой настоящей статьи.

Фактически отбытый осужденным срок лишения свободы не может быть менее шести месяцев.

Лицо, отбывающее пожизненное лишение свободы, может быть освобождено условно-досрочно, если судом будет признано, что оно не нуждается в дальнейшем отбывании этого наказания и фактически отбыло не менее двадцати пяти лет лишения свободы.

Контроль за поведением лица, освобожденного условно-досрочно, осуществляется уполномоченным на то специализированным государственным органом, а в отношении военнослужащих - командованием воинских частей и учреждений.

Если в течение оставшейся неотбытой части наказания:

а) осужденный совершил нарушение общественного порядка, за которое на него было наложено административное взыскание, или злостно уклонился от исполнения обязанностей, возложенных на него судом при применении условно-досрочного освобождения, суд по представлению органов, указанных в части шестой настоящей статьи, может постановить об отмене условно-досрочного освобождения и исполнении оставшейся неотбытой части наказания;

б) осужденный совершил преступление по неосторожности, вопрос об отмене либо о сохранении условно-досрочного освобождения решается судом;

в) осужденный совершил умышленное преступление, суд назначает ему наказание по совокупности приговоров.

2. Замена неотбытой части наказания более мягким видом наказания (ст. 80 УК РФ).

Лицу, отбывающему лишение свободы за преступление небольшой или средней тяжести, суд с учетом его поведения в период отбывания наказания может заменить оставшуюся не отбытой часть наказания более мягким видом наказания. При этом лицо может быть полностью или частично освобождено от отбывания дополнительного вида наказания.

Неотбытая часть наказания может быть заменена более мягким видом наказания после фактического отбытия осужденным не менее одной трети срока наказания.

3. Освобождение от наказания в связи с болезнью (ст. 81 УК РФ).

Лицо, у которого после совершения преступления наступило психическое расстройство, лишающее его возможности осознавать фактический характер и общественную опасность своих действий (бездействия) либо руководить ими, освобождается от наказания, а лицо, отбывающее наказание, освобождается от дальнейшего его отбывания. Таким лицам суд может назначить принудительные меры медицинского характера.

Лицо, заболевшее после совершения преступления иной тяжелой болезнью, препятствующей отбыванию наказания, может быть судом освобождено от отбывания наказания.

4. Отсрочка отбывания наказания беременным женщинам и женщинам, имеющим малолетних детей (ст. 82 УК РФ).

Осужденным беременным женщинам и женщинам, имеющим детей в возрасте до восьми лет, кроме осужденных к лишению свободы на срок свыше пяти лет за тяжкие и особо тяжкие преступления против личности, суд может отсрочить отбывание наказания до достижения ребенком восьмилетнего возраста.

В случае, если осужденная, указанная в части первой настоящей статьи, отказалась от ребенка или продолжает уклоняться от воспитания ребенка после предупреждения, объявленного органом, осуществляющим контроль за поведением осужденной, в отношении которой отбывание наказания отсрочено, суд может по представлению этого органа отменить отсрочку отбывания наказания и направить осужденную для отбывания наказания в место, назначенное в соответствии с приговором суда.

По достижении ребенком восьмилетнего возраста суд освобождает осужденную от отбывания оставшейся части наказания, или заменяет оставшуюся часть наказания более мягким видом наказания, или принимает решение о возвращении осужденной в соответствующее учреждение для отбывания оставшейся части наказания.

5. Освобождение от отбывания наказания в связи с истечением срока давности обвинительного приговора суда (ст. 83 УК РФ).

Лицо, осужденное за совершение преступления, освобождается от отбывания наказания, если обвинительный приговор суда не был приведен в исполнение в следующие сроки со дня вступления его в законную силу:

а) два года при осуждении за преступление небольшой тяжести;

б) шесть лет при осуждении за преступление средней тяжести;

в) десять лет при осуждении за тяжкое преступление;

г) пятнадцать лет при осуждении за особо тяжкое преступление.

Течение сроков давности приостанавливается, если осужденный уклоняется от отбывания наказания. В этом случае течение сроков давности возобновляется с момента задержания осужденного или явки его с повинной. Сроки давности, истекшие к моменту уклонения осужденного от отбывания наказания, подлежат зачету.

Вопрос о применении сроков давности к лицу, осужденному к смертной казни или пожизненному лишению свободы, решается судом. Если суд не сочтет возможным применить сроки давности, эти виды наказаний заменяются лишением свободы на определенный срок.

Амнистия. Помилование.

Амнистия объявляется Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации в отношении индивидуально не определенного круга лиц.

Актом об амнистии лица, совершившие преступления, могут быть освобождены от уголовной ответственности. Лица, осужденные за совершение преступлений, могут быть освобождены от наказания, либо назначенное им наказание может быть сокращено или заменено более мягким видом наказания, либо такие лица могут быть освобождены от дополнительного вида наказания. С лиц, отбывших наказание, актом об амнистии может быть снята судимость.

Помилование осуществляется Президентом Российской Федерации в отношении индивидуально определенного лица.

Актом помилования лицо, осужденное за преступление, может быть освобождено от дальнейшего отбывания наказания либо назначенное ему наказание может быть сокращено или заменено более мягким видом наказания. С лица, отбывшего наказание, актом помилования может быть снята судимость.

Понятие соучастия в преступлении.

Соучастием в преступлении признается умышленное совместное участие двух или более лиц в совершении умышленного преступления.

Виды соучастников преступления (ст. 33 УК РФ).

Соучастниками преступления наряду с исполнителем признаются организатор, подстрекатель и пособник.

Исполнителем признается лицо, непосредственно совершившее преступление либо непосредственно участвовавшее в его совершении совместно с другими лицами (соисполнителями), а также лицо, совершившее преступление посредством использования других лиц, не подлежащих уголовной ответственности в силу возраста, невменяемости или других обстоятельств, предусмотренных УК РФ.

Организатором признается лицо, организовавшее совершение преступления или руководившее его исполнением, а равно лицо, создавшее организованную группу или преступное сообщество (преступную организацию) либо руководившее ими.

Подстрекателем признается лицо, склонившее другое лицо к совершению преступления путем уговора, подкупа, угрозы или другим способом.

Пособником признается лицо, содействовавшее совершению преступления советами, указаниями, предоставлением информации, средств или орудий совершения преступления либо устранением препятствий, а также лицо, заранее обещавшее скрыть преступника, средства или орудия совершения преступления, следы преступления либо предметы, добытые преступным путем, а равно лицо, заранее обещавшее приобрести или сбыть такие предметы.

Ответственность соучастников преступления.

Ответственность соучастников преступления определяется характером и степенью фактического участия каждого из них в совершении преступления.

Соисполнители отвечают по статье Особенной части настоящего Кодекса за преступление, совершенное ими совместно.

Уголовная ответственность организатора, подстрекателя и пособника наступает по статье, предусматривающей наказание за совершенное преступление, со ссылкой на статью 33 УК РФ, за исключением случаев, когда они одновременно являлись соисполнителями преступления.

Совершение преступления группой лиц, группой лиц по предварительному сговору, организованной группой или преступным сообществом (преступной организацией)

Преступление признается совершенным **группой лиц**, если в его совершении совместно участвовали два или более исполнителя без предварительного сговора.

Преступление признается **совершенным группой лиц по предварительному сговору**, если в нем участвовали лица, заранее договорившиеся о совместном совершении преступления.

Преступление признается совершенным **организованной группой**, если оно совершено устойчивой группой лиц, заранее объединившихся для совершения одного или нескольких преступлений.

Преступление признается **совершенным преступным сообществом** (преступной организацией), если оно совершено сплоченной организованной группой (организацией), созданной для совершения тяжких или особо тяжких преступлений, либо объединением организованных групп, созданным в тех же целях.

Эксцесс исполнителя преступления.

Эксцессом исполнителя признается совершение исполнителем преступления, не охватывающегося умыслом других соучастников. За эксцесс исполнителя другие соучастники преступления уголовной ответственности не подлежат.

Тема лекционного занятия: «Основные положения гражданского права РФ»

Цели занятия: сформировать общее представление о гражданском праве Российской Федерации

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Гражданское право – одна из основных отраслей права, регулирующая имущественные и связанные с ними личные неимущественные отношения, отличающиеся самостоятельностью и независимостью их участников. Со времен Римского права Гражданское право определяло отношения между субъектами по поводу той или иной вещи. Поэтому Гражданское право называют «вещным», или «цивильным». Гражданское право занимает определяющее положение в системе права и играет ключевую роль. Например, в случае пробелов в специальном законодательстве, регулирующем трудовые, семейные, природоохранные и другие связанные с имуществом отношения, применяются нормы Гражданского права.

Предмет гражданско-правового регулирования составляет достаточно широкий спектр общественных отношений, определяющих характер связи субъектов права с конкретной вещью, регламентирующих порядок перехода вещи (имущества) от одних лиц к другим, устанавливающих правила заключения гражданско-правовых договоров и выполнения принятых по ним обязательств, а также указывающих на порядок возмещения причиненного имущественного и морального вреда.

Общественные отношения, регулируемые нормами гражданского права:

1. Имущественные отношения – связаны с принадлежностью имущества определенным лицам, либо с переходом имущества от одного лица к другому, либо с выполнением работ, оказанием услуг и иных действий.

Имущественные отношения подразделяются на две группы:

а) вещные отношения;

Вещные отношения осуществляются обладателем вещи самостоятельно, без вмешательства других лиц. Они возникают либо в связи с наличием у лиц права собственности на определенное имущество, либо в связи с нахождением имущества у лиц, не являющихся его собственниками.

б) обязательственные отношения.

Обязательственные отношения реализуются тогда, когда в них участвует не менее двух лиц. В основном эти отношения связаны с процессом перераспределения имущества или с обменом результатами деятельности. Обязательственные отношения, связанные с переходом имущества от одного лица к другому, могут возникать из различных основании. Самая большая группа обязательственных отношений возникает на основе заключения гражданско-правовых сделок (договоров о передаче имущества, выполнения работ, оказания услуг и т. д.).

Значительную группу обязательственных отношений составляют отношения, возникающие вследствие причинения вреда одним лицом другому, а также вследствие неосновательного (т. е. без достаточных законных оснований) приобретения или сбережения имущества. Особую группу обязательственных отношений составляют отношения, связанные с вопросами наследо-

вания имущества. Имущество в порядке наследования может переходить к другому лицу либо по закону, либо по завещанию и только после смерти наследодателя.

2. Личные неимущественные отношения, хотя и лишены экономического содержания, но связаны с имущественными отношениями. Объектами личных неимущественных отношений являются нематериальные блага, которые неотделимы от личности.

Личные неимущественные отношения подразделяются на:

а) личные неимущественные отношения, непосредственно связанные с имущественными (например, право автора на произведение искусства или изобретатель предполагает решение вопроса о выплате ему материального вознаграждения);

б) личные неимущественные отношения непосредственно не связаны с имущественными, но могут повлечь за собой невыгодные имущественные последствия (например, отношения, связанные с ущемлением чести, достоинства, подрывом деловой репутации, нанесением морального ущерба и т. п.).

Следует отметить, что личные неимущественные отношения, непосредственно не связанные с имущественными, гражданское право лишь защищает, но не регулирует.

Метод гражданско-правового регулирования представляет собой совокупность средств и приемов, посредством которых нормы гражданского права воздействуют на общественные отношения, поведение граждан и юридических лиц, участвующих в этих отношениях.

Особенности метода гражданско-правового регулирования:

1. Все участники гражданского оборота признаются *независимыми самостоятельными* субъектами права, что позволяет им совершать любые действия, не запрещенные законом. Независимость участника гражданских правоотношений выражается в том, что никто (ни государство, ни контрагент, ни третья сторона) не может вмешиваться в его действия (если, конечно, эти действия правомерны).

2. Независимо от количества участников гражданского оборота они подразделяются на две стороны, обладающие взаимными правами и обязанностями. Участвующие с разных сторон субъекты гражданско-правовых отношений могут обладать неодинаковым объемом полномочий (например, гражданин может вступать в гражданско-правовое отношение с государством или рядом организаций). Но при этом действует *принцип юридического равенства сторон.*

3. Регуляция гражданско-правовых отношений носит *диспозитивный* характер. Сторонам разрешается определять характер взаимоотношений между собой по своему усмотрению, добровольно по взаимному согласию, но в рамках закона.

4. Спорные вопросы, возникающие между сторонами, могут решаться на основе взаимных договоренностей, а при их отсутствии – органами, независимыми от участников гражданско-правовых отношений (судом общей юрисдикции, арбитражным или третейским судом).

5. Поскольку основную массу гражданско-правовых отношений составляют имущественные отношения, *гражданско-правовая ответственность носит имущественный характер*.

Источники гражданского права представляют собой весь законодательный массив, регулирующий гражданско-правовые отношения. Прежде всего среди источников гражданского права определяющая роль принадлежит **Конституции Российской** Федерации. Ст. 8 Конституции РФ провозглашает принцип свободы экономической деятельности. Ст. 9 и 36 Конституции РФ провозглашают право частной собственности на землю и другие природные ресурсы. Ст. 34 и 35 Конституции РФ определяют основу отношений в области предпринимательской деятельности, наследственного права, содержат запрет на принудительное отчуждение имущества (ми-

нуя судебные инстанции) для государственных нужд. Ст. 20–25 Конституции РФ закладывают основы регуляции личных неимущественных отношений, возникающих по поводу таких духовных ценностей, как честь, достоинство, личная неприкосновенность частной жизни, семейная тайна, тайна переписки и т. д.

Источником гражданского права является **Гражданский кодекс Российской Федерации.**

Кроме кодифицированных нормативных актов, к источникам гражданского права относятся **федеральные законы (** Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью" (с изменениями и дополнениями)**), постановления Правительства РФ (**Постановление Правительства РФ от 2 февраля 2000 г. N 99 "О подписании Соглашения об основных направлениях сотрудничества государств - участников Содружества Независимых Государств в области защиты прав потребителей"**) и Указы Президента РФ** (Указ Президента РФ от 20 июля 1994 г. N 1498 "О дополнительных мерах по защите интересов граждан на этапе перехода от чековой к денежной приватизации")**,** содержащие нормы, направленные на регуляцию гражданско-правовых отношений.

В широком смысле вся совокупность источников гражданского права составляет гражданское законодательство. Понимание гражданского законодательства в узком смысле дано в ст. 3 ГК РФ, где указано, что «гражданское законодательство состоит из настоящего Кодекса и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов...».

Гражданское право выполняет функции общего характера, свойственные всем отраслям права. К ним относятся:

а) регламентация конкретного поведения в обществе;

б) предупреждение правонарушений;

в) стимулирование нужного обществу поведения граждан и юридических лиц;

г) применение мер принудительного характера к правонарушителям и другие функции.

Кроме этого, гражданское право выполняет **особые функции**:

а) регулирование нормальных экономических отношений в обществе;

б) охрана имущественных и некоторых неимущественных прав;

в) правовое закрепление многообразия форм собственности при их равной юридической защите.

Главным отличием гражданского права от других отраслей права, в особенности от административного права, построенного на принципе

подчиненности и соответствующей подотчетности, является то, что оно располагает юридическим механизмом воздействия на участников гражданского оборота без какого-либо государственного принуждения.

Гражданское правоотношение – урегулированное нормами гражданского права общественное отношение, участники которого являются носителями субъективных прав и обязанностей. Поэтому гражданское правоотношение можно рассматривать как юридическую связь равноправных, независимых субъектов имущественных и некоторых личных неимущественных отношений, выражающуюся в наличии у них субъективных прав и обязанностей, обеспеченных возможностью применения к их нарушителям государственно-правовых мер принуждения имущественного характера. В большинстве случаев гражданские правоотношения возникают по воле участвующих в них лиц. Типичным основанием возникновения гражданских правоотношений является договор. Однако есть случаи, когда гражданское правоотношение возникает помимо воли его участников. Например, в случае причинения вреда одним лицом другому.

Определяющим свойством гражданского правоотношения является юридическое равенство участников правоотношения. Если этого равенства нет – нет и самого гражданского право-

отношения. Из гражданского оно превращается в иное правоотношение (административное, трудовое и т. п.). Например, при покупке гражданином квартиры у местной администрации стороны юридически равны, и значит, данное правоотношение – гражданское. А если гражданин получает квартиру от местной администрации, то это уже административное правоотношение, построенное на принципе юридического неравенства сторон, одна из которых обладает властными полномочиями по отношению к другой.

Структура гражданского правоотношения:

а) субъективных прав и обязанностей участников правоотношения; Субъективные права и обязанности участников правоотношения составляют *его содержание.* В гражданском правоотношении одна из сторон является *управомоченной,* другая *– обязанной.*

Субъективные права – это мера дозволенного поведения субъекта гражданского правоотношения. В рамках этой меры субъекты гражданских правоотношений обладают потенциальными возможностями пользования предоставленным им объемом прав. Набор прав, которыми обладает субъект гражданского правоотношения, называют *правомочиями.* Правомочия подразделяются на три группы:

1. Правомочие требования – возможность требовать от обязанной стороны исполнения возложенных на нес обязанностей.

2. Правомочие на собственные действия – возможность самостоятельно совершать те или иные юридически значимые действия.

3. Правомочие на защиту – возможность обращения в судебные органы с целью восстановления нарушенного субъективного права и с требованием применения государственно-принудительных мер к нарушителям.

Не обязательно, чтобы все эти три правомочия присутствовали в одном правоотношении. В каком-то будет правомочие требования, в другом – правомочие на защиту.

Субъективные обязанности – мера должного поведения субъекта гражданского правоотношения. Сущность субъективной обязанности заключается в необходимости совершить определенные действия или в необходимости воздержаться от совершения каких-либо действий.

Существуют два типа обязанностей:

1. *Обязанности пассивного типа*. Возникают из гражданско-правовых запретов и означают юридическую невозможность совершения действий, нарушающих интересы управомоченной стороны или государства.

2. *Обязанности активного типа*. Состоят в побуждении совершения общественно полезных действий. Обычно содержат требование совершить действие по передаче имущества или совершения каких-либо работ, оказания услуг и т. д. Для обязанной стороны они означают необходимость действовать в интересах управомоченной стороны, так как обеспечиваются мерами принуждения или санкциями за неисполнение.

Содержание гражданского правоотношения может быть:

а) *простым,* когда единственному праву корреспондирует одна обязанность (например, договор займа);

б) *сложным,* когда наряду с правом и корреспондирующей ему обязанностью возникают взаимосвязанные с ними иные права и обязанности (например, договор найма жилого помещения).

б) объектов правоотношения; Объекты гражданских правоотношений – это то, по поводу чего возникают данные правоотношения, на что направлены права и обязанности субъектов этих правоотношений.

Объекты гражданских правоотношений можно разделить на две группы:

1. *Неимущественные объекты* – это результаты творческой деятельности, информация, а также личные неимущественные блага. К результатам творческой деятельности относятся: результаты интеллектуального труда, программное обеспечение, авторские права на изобретение и произведение искусства и т. п. К личным благам относятся честь, достоинство и деловая репутация, компенсация морального вреда и др.

2. *Имущественные объекты* – к ним относятся конкретные вещи, деньги, ценные бумаги, работы, услуги, а также имущественные права и обязанности.

Термин «имущество» в гражданском праве употребляется в двух смыслах. Во-первых, по отношению к конкретной вещи. Во-вторых, по отношению к совокупности материальных благ (вещей, денег, ценных бумаг и т. п., например, ст. 137 ГК РФ к имуществу относит животных). Кроме того, к имуществу относится совокупность некоторых прав и обязанностей. Например, при наследовании имущества наследнику переходит право требовать возврата долга, равно как и обязанность возвратить долг. Совокупность материальных благ и прав требования называют *активом имущества.* Долги, входящие в состав имущества, называют *пассивом имущества.*

В гражданском праве помимо понимания вещи в узком смысле (т. е. как конкретной вещи) существует расширительное понимание вещи, которое придаст этому понятию статус универсальной юридической категории. В этом смысле под «вещью» понимается вся совокупность предметов материального мира (созданных трудом человека или находящихся в естественном состоянии), по поводу которых возможно возникновение гражданских правоотношений. Законодатель устанавливает определенные права и обязанности субъектов в процессе приобретения, использования или отчуждения вещей. Это называется *правовым режимом вещей.*

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации вещи могут быть:

1) движимые и недвижимые;

2) *делимые и неделимые* (неделимой признается вещь, раздел которой невозможен без изменения ее назначения);

3) *простые и сложные* (сложной признается вещь, состоящая из разнородных вещей, образующих единое целое, предполагающее использование их по общему назначению, например мебельный гарнитур);

4) вещи, *не ограниченные в обращении,* и вещи, *ограниченные в обращении* (к вещам, ограниченным в обращении, относятся взрывчатые вещества, яды, наркотики, боевое оружие и т. д.);

5) вещи, *обладающие индивидуальными признаками* (это либо уникальные вещи, т. е. не имеющие себе подобных, либо вещи, имеющие признаки, выделяющие их из рода аналогичных вещей);

6) вещи, *определяющиеся родовыми признаками,* т. с. характеризующиеся числом, мерой веса и т. д. (чтобы стать объектами гражданских правоотношений, эти вещи должны быть отделены от общей массы таких же однородных вещей).

Особое место среди объектов гражданских правоотношений занимают *ценные бумаги*. Перечень видов ценных бумаг дается в ст. 143 ГК РФ. Причем этот перечень открытый, так как в реальной экономике одни виды ценных бумаг могут исчезать, другие – появляться. Наиболее распространенные виды ценных бумаг следующие: вексель, чек, акция, государственная облигация, депозитный и сберегательный сертификаты, Ценные бумаги являются документом, удостоверяющим право имущественного держания, а также устанавливающим определенные имущественные права (например, право получения определенной доли прибыли или право требовать возврата переданных на хранение материальных ценностей). Обладателями ценных бумаг могут быть только субъекты гражданских правоотношений.

в) субъектов правоотношения.

Субъекты гражданских правоотношений – лица, участвующие в правоотношении. Субъектами гражданских правоотношений могут быть:

а) физические лица;

К *физическим лицам* относятся:

а) граждане Российской Федерации;

б) граждане других государств;

в) лица без гражданства.

б) юридические лица;

в) государство в лице федеральных органов, субъектов Федерации, а также органов местного самоуправления. (Последние, выступая в качестве субъектов гражданско-правовых отношений, имеют две особенности. Во-первых, они наделены властными полномочиями, т. е. правом принимать законодательные и иные акты. Во-вторых, они отвечают по своим обязательствам принадлежащим им на праве собственности имуществом, кроме имущества, которое закреплено за созданными ими юридическими лицами на праве хозяйственного ведения или оперативного управления, а также имущества, которое может находиться только в государственной или муниципальной собственности.)

Чтобы стать субъектом гражданского правоотношения, необходимо обладать *правосубьектностью*. Содержание правосубъектности раскрывается через такие понятия, как ***правоспособность и дееспособность***.

Гражданская правоспособность – способность иметь гражданские права и нести обязанности. Возникает правоспособность с момента рождения человека и является неотчуждаемой па протяжении всей его жизни. Например, человек может отказаться от права составить завещание, по он не может отказать себе в возможности оставить завещание. Право на жизнь по российскому законодательству возникает с момента рождения, хотя по законодательству некоторых других государств право на жизнь возникает до момента рождения человека. В то же время российское гражданское законодательство предусматривает защиту интересов еще не родившегося ребенка, который в случае смерти наследодателя признается потенциальным наследником по закону или по завещанию. Прекращается правоспособность только после биологической смерти гражданина.

За всеми гражданами РФ признается равная правоспособность. (Ограничение правоспособности возможно только в установленном законом порядке. Например, лицам, осужденным за совершение определенного вида преступления, уголовное законодательство предусматривает запрет (ограничение) па занятие некоторыми видами деятельности. Иностранные граждане, находясь на территории Российской Федерации, обладают тем же объемом прав, что и граждане России, и не могут иметь иных прав, даже если они зафиксированы в законодательстве государства, гражданами которого они являются. Для иностранных граждан ограничение правоспособности возможно не только по федеральному закону, но и по постановлению Правительства РФ как ответная мера за ущемление прав российских граждан за рубежом.)

Гражданская дееспособность – способность гражданина своими действиями приобретать и осуществлять свои права, создавать для себя гражданские обязанности и исполнять их. Наиболее существенными элементами содержания дееспособности граждан являются возможность самостоятельного заключения сделок *(сделкоспособность)* и возможность нести самосто-

ятельную имущественную ответственность за причиненный вред *(деликтоспособность).* Закон не предусматривает возможности ограничения гражданином своей дееспособности, равным образом, как и признание себя недееспособным по своей воле.

В отличие от правоспособности возникновение дееспособности предполагает достижение гражданином определенного уровня психической зрелости и интеллектуального развития. Учитывая это. Гражданский кодекс Российской Федерации устанавливает несколько **видов дееспособности:**

1) дееспособность малолетних (ст. 28 ГК РФ);

Дееспособность малолетних от 6 до 14 лет предусматривает возможность совершения трех видов сделок:

1. *Мелкие бытовые сделки.* Существуют два критерия мелкой бытовой сделки. Во-первых, это сделки, направленные на удовлетворение обычных каждодневных потребностей малолетнего или членов его семьи, т. с. имеющие потребительский характер. Во-вторых, это сделки, незначительные по сумме. Закон не устанавливает конкретную сумму, являющуюся показателем мелкой бытовой сделки. И это создает сложности в определении диапазона совершения сделок малолетними.

2. *Сделки, направленные на получение выгоды, не требующие нотариального удостоверения или государственной регистрации.* Это означает, что малолетние могут самостоятельно принимать подарки любой стоимости. за исключением тех, которые оговорены выше.

3. Сделки по распоряжению денежными средствами, предоставленными малолетним их родителями либо с согласия родителей третьим лицом. Родители имеют право устанавливать размер предоставляемой суммы и контролировать се использование.

Все остальные сделки, не вошедшие в этот перечень, лица в возрасте до 14 лет совершать не могут. При необходимости эти сделки совершают родители, усыновители или опекуны малолетних. Малолетние не несут имущественной ответственности по всем совершенным ими сделкам и не отвечают за причиненный ими вред. Вся ответственность и обязательства возмещения вреда по сделкам малолетних лежат на их родителях, усыновителях или опекунах. Данное обстоятельство дает повод теоретикам права считать, что хотя в Гражданский кодекс и введена статья «Дееспособность малолетних», на самом деле граждане до 14 лет не являются дееспособными, так как нельзя говорить о дееспособности лица, если оно не несет самостоятельной ответственности за свои действия, т. е. у него нет деликтоспособности.

2) дееспособность несовершеннолетних (ст. 26 ГК РФ);

Дееспособность несовершеннолетних от 14 до 18 лет предполагает помимо возможности совершения сделок, разрешенных малолетним, еще три вида сделок:

1. *Право самостоятельно распоряжаться своим заработком,* стипендией или иными доходами. Закон предусматривает случаи ограничения данного права, если несовершеннолетний с точки зрения родителей неразумно расходует заработанные средства. Тогда по ходатайству родителей, усыновителей или попечителей либо органов опеки и попечительства суд может лишить несовершеннолетнего права распоряжаться своим заработком, стипендией или иными доходами (п. 4 ст. 26 ГК РФ).

2. *Осуществлять права автора* на произведение искусства, изобретение или иной результат своей интеллектуальной деятельности.

3. *Право вносить вклады в кредитные учреждения и распоряжаться ими,* а по достижении шестнадцати лет также иметь право быть членом кооператива.

Все остальные сделки несовершеннолетние от 14 до 18 лет могут совершать только с письменного согласия своих законных представителей – родителей, усыновителей или попечи-

телей. Письменное согласие может быть получено как до совершения несовершеннолетними сделки, так и после ее совершения.

Важной особенностью дееспособности несовершеннолетних является то обстоятельство, что данная категория граждан несет имущественную ответственность по всем совершаемым ими сделкам (как разрешенным п. 2 ст. 26 ГК РФ, так и требующим письменного согласия законных представителей), а также отвечает по закону за причиненный вред.

3) дееспособность в полном объеме (п. 1 ст. 21 ГК РФ).

Дееспособность в полном объеме предполагает возможность совершения всех сделок без ограничения. Полная дееспособность наступает по достижении восемнадцатилетнего возраста. В ряде случаев закон допускает объявление полностью дееспособного гражданина до достижения им восемнадцати лет.

Объявление несовершеннолетнего гражданина полностью дееспособным называется ***эмансипацией*** (ст. 27 ГК РФ). Эмансипация допускается с шестнадцатилетнего возраста и возможна в двух случаях:

а) при вступлении несовершеннолетнего гражданина в брак;

б) если несовершеннолетний работает по трудовому договору или с согласия своих законных представителей занимается предпринимательской деятельностью.

Полная гражданская дееспособность является величиной постоянной. Однако законодатель определил обстоятельства, при которых возможно *ограничение дееспособности граждан.* Первое обстоятельство указано в п. 4 ст. 26 ГК РФ и относится к несовершеннолетним лицам, расходующим заработанные ими средства неразумно. Второе обстоятельство касается совершеннолетних граждан, злоупотребляющих спиртными напитками и тем самым ставящих свою семью в тяжелое материальное положение (ст. 30 ГК РФ). В этом случае над такими гражданами устанавливается попечительство. Для лиц, подпадающих под ст. 30 ГК РФ, ограниченная дееспособность предполагает возможность совершения лишь мелких бытовых сделок, за исключением покупки спиртных напитков. Распоряжаться своими заработком, пенсией и другими доходами, а также совершать иные сделки помимо мелких бытовых, данная категория граждан может лишь с согласия своего попечителя. Однако такие граждане самостоятельно несут имущественную ответственность по совершенным им сделкам и причиненный ими вред. И при первом, и при втором обстоятельствах ограничение дееспособности возможно только на основании решения суда.

В особых случаях возможно *признание гражданина недееспособным*. Лишение дееспособности допускается в отношении гражданина, который вследствие психического расстройства не может понимать значения своих действий или руководить ими. Признать гражданина недееспособным может только суд на основании соответствующего медицинского заключения. От имени гражданина, признанного недееспособным, все сделки совершает его опекун. Если после проведенного курса лечения гражданин становится способным контролировать свои действия, он может быть (опять же на основании соответствующего медицинского заключения) признан судом дееспособным в полном объеме.

Для защиты прав и интересов недееспособных или не полностью дееспособных граждан над ними устанавливается опека или попечительство. *Опека* устанавливается над малолетними, а также над гражданами, признанными судом недееспособными.

Попечительство устанавливается над несовершеннолетними в возрасте от 14 до 18 лет, а также над гражданами с ограниченной дееспособностью. В отличие от опекуна попечитель не вступает в гражданское правоотношение, а лишь помогает реализовать гражданину свои права.

Юридические лица как субъекты гражданских правоотношений – особые образования, обладающие рядом специфических признаков, образующиеся и прекращающиеся в специальном порядке. В соответствии с п. 1 ст. 48 ГК РФ **«юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде».**

Признаки юридического лица:

1. *Организационное единство.* Та или иная организация, выступая в качестве юридического лица, действует как единое целое. Деятельность всех структурных составляющих этой организации должна быть направлена на достижение общей цели. Организационное единство юридического лица закрепляется его учредительными документами (уставом, учредительным договором или общими положениями об организации). Организационное единство находит свое выражение в фирменном наименовании юридического лица, единой печати и бланках организации, товарном знаке и других внешних атрибутах. Юридическое лицо может иметь свои представительства и филиалы, но они являются структурными элементами единой организационной целостности юридического лица.

2. *Имущественная обособленность.* Имущество того или иного предприятия обособлено от его учредителей. Внешним проявлением обособленности имущества юридического лица является наличие у него самостоятельного баланса или самостоятельной сметы расходов.

3. *Самостоятельная имущественная ответственность.* Юридическое лицо несет гражданско-правовую ответственность по своим обязательствам только имуществом, которое находится в его собственности. Собственность учредителей и участников юридического лица является неприкосновенной, за исключением случаев, определенных законом.

4. *Выступление в гражданском обороте от своего имени.* Это означает, что юридическое лицо только под своим фирменным наименованием может приобретать и осуществлять гражданские права и нести обязанности, а также выступать истцом и ответчиком в суде.

Правоспособность юридического лица возникает с момента его государственной регистрации и прекращается после завершения его ликвидации и внесения об этом записи в единый государственный реестр юридических лиц. Правоспособность юридического лица имеет двойственную природу. Принято различать специальную и общую правоспособность.

Специальная правоспособность предполагает наличие у юридического лица лишь таких прав и обязанностей, которые предусмотрены в его учредительных документах.

Общая правоспособность означает, что юридическое лицо вправе заниматься любыми видами деятельности, не запрещенной законом. Общей правоспособностью обладают негосударственные коммерческие организации.

Ограничение правоспособности юридического лица допускается на основаниях, предусмотренных законом. В некоторых случаях юридические лица должны получить лицензию на определенный вид деятельности. Перечень лицензионных видов деятельности и органов, осуществляющих лицензирование, определен в Постановлении Правительства РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 24 декабря 1994 г. № 1418 (с изм. от 1 декабря 1997 г.).

Дееспособность юридического лица – способность юридического лица своими действиями приобретать, создавать и исполнять гражданские права и обязанности. В отличие от физических лиц дееспособность юридического лица возникает и прекращается одновременно с правоспособностью.

Деятельность юридического лица – это сознательные волевые действия его учредителей и участников. *Учредители* – лица, которые приняли решение о создании юридического лица. *Участники* – все лица, входящие в состав юридического лица. Гражданский кодекс Российской Федерации не делает различия между участниками и учредителями, уравнивая их в правах, так как учредители юридического лица одновременно являются и его участниками. Все учредители – участники, но не все участники – учредители.

Приобретение прав и обязанностей юридического лица является функцией его руководящего органа, который может быть единоличным

или коллегиальным. Исполнение обязанностей юридического лица является целью всех его участников. Действия участников рассматриваются как действия самого юридического лица. Поэтому ответственность за действия, совершаемые участниками в пределах служебных или трудовых обязанностей, несет юридическое лицо.

Виды юридических лиц. Классификация видов юридических лиц может происходить по форме собственности; целям деятельности; составу учредителей; характеру прав участников; объему вещных прав организации и другим критериям.

В Гражданском кодексе РФ классификация юридических лиц дается по целям их деятельности. В соответствии с этим юридические лица подразделяются **на коммерческие и некоммерческие**.

Коммерческими юридическими лицами признаются организации, основной целью деятельности которых является получение прибыли.

Коммерческие юридические лица:

I. Хозяйственные товарищества – договорные объединения нескольких лиц (физических и (или) юридических) для совместного ведения предпринимательской деятельности под общим именем. Хозяйственные товарищества подразделяются на:

а) **полное товарищество;** *Полное товарищество* – хозяйственное товарищество, участники которого солидарно несут субсидиарную ответственность по обязательствам товарищества всем своим имуществом.

Понятие *субсидиарной (дополнительной) ответственности* в условиях полного товарищества означает, что в первую очередь кредиторы должны предъявлять требования к самому товариществу, и лишь при недостаточности удовлетворения этих требований за счет его имущества кредиторы могут обратить взыскание на личное имущество участников товарищества.

Понятие *солидарной обязанности (ответственности)* означает, что, во-первых, участники полного товарищества несут ответственность по его обязательствам в равной мере (причем даже если участник не является учредителем, он наравне со всеми отвечает по обязательствам товарищества, в том числе и по тем, которые возникли до его вступления в товарищество); во-вторых, кредитор вправе требовать исполнения обязанности товарищества как от всех участников совместно, так и от любого из них в отдельности, притом как полностью, так и части долга (должник, исполнивший солидарную обязанность, имеет право регрессивного требования к остальным должникам в равных долях за вычетом доли, падающей на него самого).

Учредителями полного товарищества могут быть физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью, а также коммерческие юридические лица. Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников. Специального органа управления не создается, поэтому любой из участников полного товарищества может действовать от его имени и вести дела товарищества. Поручение ведения дел одно-

му или нескольким участникам возможно только на основе договоренности, составленной участниками, не желающими принимать участие в ведении дел.

Имущество полного товарищества формируется за счет вкладов всех участников, а также полученных доходов и других законных источников и принадлежит всем его участникам на правах общей долевой собственности. Это означает, что имущество участников, хотя и общее, но с учетом долей каждого пропорционально личному вкладу в *складочный капитал* товарищества. Прибыль и убытки полного товарищества также распределяются между участниками пропорционально их доле в складочном капитале. Если вследствие понесенных товариществом убытков стоимость его чистых активов будет меньше размера складочного капитала, то полученная прибыль не распределяется до тех пор, пока стоимость чистых активов не превысит размер складочного капитала.

Для создания полного товарищества достаточно составить учредительный договор. Наличие устава для полного товарищества закон не предусматривает. Учредительный договор полного товарищества должен содержать: 1) фирменное наименование товарищества, которое должно включать в себя фамилии всех участников либо фамилию одного из участников с добавлением к ней слов «... и компания» (например: «Полное товарищество Смирнов и компания»); 2) вклад каждого из участников в складочный капитал; 3) характер распределения прибыли и убытка между участниками товарищества; 4) срок функционирования товарищества.

Участник полного товарищества обязан внести не менее половины своего вклада в складочный капитал товарищества к моменту его регистрации. Остальную часть необходимо внести в сроки, установленные учредительным договором. При невыполнении этой обязанности участник должен уплатить товариществу 10% годовых с невнесенной части вклада и возместить причиненные убытки.

Введение нового участника в состав полного товарищества, а равным образом выход из его состава возможен только с согласия всех участников товарищества. Участник, желающий выйти из полного товарищества, обязан заявить об этом не менее чем за 6 месяцев до фактического выхода из товарищества. Выбывшему участнику выплачивается с-и ное товарищество, состоящее из двух категорий участников: полных товарищей, солидарно несущих субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом, и вкладчиков (коммандитистов), не отвечающих по обязательствам предприятия. Права и обязанности полных товарищей, как участников товарищества на вере, такие же, как и у участников полного товарищества.

б) **товарищество на вере** (коммандитное товарищество).'

Специфику товарищества на вере составляет особая группа участников, именуемых *коммандитистами.* Коммандитисты – участники товарищества на вере, которые лишь вносят определенный взнос в складочный капитал товарищества и имеют право на получение определенной доли прибыли, получаемой от деятельности товарищества. Не принимая участия в деятельности товарищества, они несут лишь риск убытков (т. е. риск потерять свой взнос). Вкладчики не имеют права участвовать в управлении, в ведении дел товарищества, а также они не вправе оспаривать действия полных товарищей. Вкладчик имеет право знакомиться с годовыми отчетами и балансами товарищества. Кроме того, вкладчики имеют право распоряжаться своими вкладами совершенно независимо от полных товарищей. Вкладчик может передать (продать) свою долю (или ее часть) в складочном капитале другому вкладчику или третьему лицу. Он может выйти из товарищества, но получит назад свой вклад и проценты по нему только по окончании финансового года.

Для создания товарищества на вере достаточно наличия хотя бы одного полного товарища и одного вкладчика. Закон разрешает субъектам гражданско-правовых отношений быть полным

товарищем только одного полного товарищества либо только одного товарищества на вере. Хотя п. 3 ст. 82 Гражданского кодекса РФ запрещает участнику полного товарищества быть полным товарищем в товариществе на вере, запрета на его участие в товариществе в качестве вкладчика не содержится.

Так же, как и полное товарищество, товарищество на вере действует на основании учредительного договора (устава не требуется). Учредительный договор подписывается, как правило, полными товарищами. Помимо положений, которые предусмотрены для учредительного договора полного товарищества, учредительный договор товарищества на вере должен содержать положения о размере вклада в складочный капитал каждого из полных товарищей и размер общего вклада полных товарищей с распределением долей; о размере вкладов каждого из коммандитистов, а также порядок и условия распределения прибыли по внесенным вкладам.

Таким образом, учредительный договор является документом, подтверждающим внесение вклада в складочный капитал товарищества и дающим право на получение прибыли. Именно поэтому, хотя закон не обязывает коммандитистов подписывать учредительный договор, они имеют на это право в целях обеспечения более надежной защиты своих интересов. Внесенный коммандитистом вклад может быть удостоверен свидетельством, выдаваемым вкладчику товариществом. Однако такое свидетельство не относится к числу ценных бумаг.

Коммандитное товарищество называется товариществом на вере именно потому, что вкладчик, во-первых, доверяет полным товарищам распоряжаться своими деньгами и иным переданным товариществу имуществом; во-вторых, доверяет полным товарищам право осуществления предпринимательской деятельности с целью получения прибыли. Коммандитное товарищество можно считать разновидностью полного товарищества, в котором появляется возможность использовать дополнительные капиталы.

Товарищество на вере прекращает свою деятельность либо при выбытии из него всех полных товарищей, либо при выбытии из него всех вкладчиков. Во втором случае оставшиеся полные товарищи вместо ликвидации товарищества на вере могут преобразовать его в полное товарищество. При ликвидации товарищества на вере, в том числе и в случае банкротства, вкладчики имеют преимущественное право на получение вкладов из имущества товарищества после удовлетворения требований его кредиторов.

2. Хозяйственные общества – коммерческие организации, создающиеся на основе объединения капиталов участников. Хозяйственные общества могут создаваться в форме:

а) общества с ограниченной ответственностью;

б) общества с дополнительной ответственностью;

в) акционерного общества.

Обществом с ограниченной ответственностью признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на доли, определенные учредительными документами, и образованная одним или несколькими лицами, не отвечающими по обязательствам этой организации.

Участники общества с ограниченной ответственностью несут только риск потерять свою долю, внесенную в уставный капитал. На момент создания общества каждый из участников обязан внести в уставный капитал этого общества не менее 50% своей доли, размер которой определен учредительными документами. Остальную часть своей доли участники обязаны внести в течение первого года деятельности общества. Размер уставного капитала общества должен быть не менее стократной величины минимального размера оплаты труда, установленного федеральным законом на дату представления документов для государственной регистрации об-

щества. При нарушении этой обязанности общество должно либо объявить об уменьшении своего уставного капитала, уведомив об этом своих кредиторов, либо прекратить свою деятельность путем ликвидации.

В соответствии с Законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ учредительными документами общества с ограниченной ответственностью являются устав и (если учредителей не менее двух) учредительный договор.

Высшим органом управления общества с ограниченной ответственностью **является общее собрание его участников**. Вместе с тем может быть создан коллегиальный или единоличный исполнительный орган управления обществом, подотчетный общему собранию участников.

Учредители общества с ограниченной ответственностью не обязаны лично участвовать в его деятельности. Участник общества с ограниченной ответственностью вправе в любое время выйти из общества независимо от согласия других участников и при этом ему должна быть выплачена стоимость части имущества, соответствующей его доле в уставном капитале общества. Это сближает участников данного общества с вкладчиками товарищества на вере, с той лишь разницей, что участники общества с ограниченной ответственностью, являясь вкладчиками, одновременно являются учредителями общества, участвуют в управлении его делами и по своему желанию могут участвовать в деятельности этого общества. А это уже сближает их с участниками полного товарищества.

б) общества с дополнительной ответственностью;

Общество с дополнительной ответственностью является разновидностью общества с ограниченной ответственностью. В соответствии с п. 3 ст. 95 ГК РФ к обществу с дополнительной ответственностью применяются правила, установленные для общества с ограниченной ответственностью. Отличие между этими обществами состоит в том, что участники общества с дополнительной ответственностью солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом *в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов.* Кратность размера ответственности своим имуществом определяется учредительными документами общества. Таким образом, участник общества с дополнительной ответственностью отвечает по долгам общества не всем своим имуществом, как в полном товариществе, а только частью имущества. Особенность общества с дополнительной ответственностью состоит в том, что оно имеет право выпуска ценных бумаг в виде облигаций.

В) акционерное общество

Акционерное общество (АО) – наиболее распространенная форма хозяйственного общества. Акционерным обществом признается организация, созданная на основе соглашения лиц, объединивших свои средства путем выпуска акций, и имеющая своей целью получение прибыли. Акции – ценные бумаги, удостоверяющие право на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении делами АО и на часть имущества, оставшегося после ликвидации предприятия.

В акционерном обществе две группы участников:

а) учредители, которые несут солидарную ответственность по обязательствам, возникшим до государственной регистрации общества;

б) акционеры (держатели акций), которые не отвечают по обязательствам общества, а только несут риск возможных убытков, связанных с деятельностью общества в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Так как учредители одновременно являются акционерами, они также не отвечают по обязательствам акционерного общества после его государственной регистрации.

Гражданский кодекс РФ содержит лишь общие положения об акционерных обществах. Основная регламентация правового положения АО содержится в Законе РФ «Об акционерных обществах» от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ (с изм. от 24 мая 1999 г.).

Акционерное общество может быть создано одним или несколькими лицами (физическими или юридическими). Если учредителей более двух, они должны заключить письменный договор о создании акционерного общества. Решение об учреждении АО должно приниматься учредительным собранием единогласно. Договор о создании акционерного общества не является учредительным документом общества. Учредительным документом АО является его устав, который также должен приниматься на учредительном собрании единогласно.

Акционерные общества подразделяются на открытые (ОАО) и закрытые (ЗАО). Акционерное общество, которое вправе проводить открытую подписку на выпускаемые акции и их свободную продажу, признается открытым. Участники ОАО могут отчуждать принадлежащие им акции любым лицам без согласия других акционеров. Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым.

Акции открытого и закрытого акционерного общества являются именными, заносятся в реестр акционеров и могут быть простыми (обыкновенными) или привилегированными. Акционерное общество вправе выпускать дополнительные акции и кумулятивные привилегированные акции. Кроме акций, АО может выпускать облигации и иные ценные бумаги, конвертируемые в акции.

Уставный капитал акционерного общества составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Уставный капитал ОАО должен составлять не менее тысячекратной, а уставный капитал ЗАО – не менее стократной суммы минимального размера оплаты труда, установленного федеральным законом на дату государственной регистрации общества. Номинальная стоимость размещенных привилегированных акций не должна превышать 25% от уставного капитала общества. Уставный капитал любого акционерного общества разделен на заранее определенное количество долей. Число выпускаемых в обращение акций должно соответствовать количеству этих долей. Все акции (простые и привилегированные) имеют одинаковую номинальную стоимость. Акционерное общество вправе уменьшить свой уставный капитал путем уменьшения стоимости акций или сокращения их количества. Реальный курс покупки и продажи акций может быть различным. Он может повышаться и намного превышать номинальную стоимость акций, а может падать, становясь ниже номинальной стоимости. Но в любом случае реальная стоимость привилегированной акции должна быть ниже стоимости простой акции.

Различие между простой и привилегированной акцией состоит не только в их реальной стоимости. Простая акция позволяет получить доход в зависимости от результатов производственной деятельности акционерного общества, а привилегированная акция позволяет получать доход в виде заранее определенной суммы. Дивиденды по привилегированным акциям выплачиваются из резервного фонда предприятия. Простая акция дает своему держателю право голосовать на общем собрании акционеров. Каждая простая акция – это один голос. Привилегированная акция не дает права голоса своему держателю. Поэтому стоимость привилегированной акции ниже простой. Но у привилегированной акции есть еще одно преимущество: в случае ликвидации предприятия (после удовлетворения требований кредиторов) выплаты начисленных, но не выплаченных дивидендов сначала производятся держателям привилегированных ак-

ций, а затем держателям простых акций. Права акционеров – владельцев обыкновенных и привилегированных акций – подробно изложены соответственно в ст. 31 и 32 Закона РФ «Об акционерных обществах».

Количество участников открытого акционерного общества не ограничено. Количество участников закрытого акционерного общества не должно превышать пятидесяти человек.

Высшим органом управления акционерного общества является собрание акционеров. На собрании акционеров большинством в три четверти голосов избирается исполнительный орган общества, который может быть коллегиальным (правление, дирекция) или единоличным (директор). В акционерном обществе с числом акционеров более пятидесяти создается совет директоров (наблюдательный совет). Директор АО осуществляет текущее руководство обществом и подотчетен совету директоров и собранию акционеров.

Уставом акционерного общества могут быть установлены ограничения приобретения обыкновенных акций. Приобретение одним лицом 30 и более процентов обыкновенных акций общества допускается по решению общего собрания акционеров. Лицо, имеющее намерение приобрести 30 и более процентов акций, обязано не позднее, чем за 30 дней до даты приобретения акций, направить обществу письменное заявление.

Реорганизация и ликвидация акционерного общества может происходить в порядке, предусмотренном гражданским законодательством. Акционерное общество вправе преобразоваться в общество с ограниченной ответственностью или в производственный кооператив.

Хозяйственные общества могут иметь дочерние и зависимые общества с правами юридического лица.

Общество признается *дочерним,* если другое (основное) хозяйственное общество в силу преобладающего участия в его уставном капитале или в соответствии с заключенным между ними договором имеет возможность определять решения, принимаемые таким обществом.

Общество признается *зависимым,* если другое (преобладающее) общество имеет более 20% голосующих акций первого общества. Дочернее общество не отвечает по долгам основного общества. Основное общество, которое имеет право давать дочернему обществу обязательные для него указания, отвечает солидарно с дочерним обществом по его сделкам. В случае несостоятельности (банкротства) дочернего общества по вине основного общества последнее несет субсидиарную ответственность по его долгам.

3. Производственные кооперативы (артели) – это добровольные объединения граждан и (или) (если это предусмотрено учредительными документами) юридических лиц для совместной производственно-хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии. Число членов кооператива не должно быть менее пяти.

Учредительным документом производственного кооператива является устав. Имущество, находящееся в собственности производственного кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Кооператив не вправе выпускать акции. Член кооператива обязан внести к моменту регистрации кооператива не менее 10% паевого взноса, а остальную часть – в течение года с момента регистрации. Прибыль кооператива распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием. По обязательствам кооператива его члены несут субсидиарную ответственность в размерах и в порядке, предусмотренных уставом кооператива.

Высшим органом управления кооперативом является общее собрание его членов. Независимо от размера пая каждый член кооператива имеет один голос при принятии решений. Общее собрание избирает правление кооператива и его председателя. В кооперативе с числом членов

более пятидесяти может быть создан наблюдательный совет, которому подотчетно руководство кооператива.

Член кооператива вправе в любое время выйти из кооператива, передать (продать) свой пай или его часть другому члену этого кооператива или третьему лицу. Передача пая третьему лицу допускается лишь с согласия общего собрания (простым большинством голосов). По единогласному решению членов производственного кооператива он может быть преобразован в хозяйственное товарищество или общество.

4. Унитарные предприятия - особая разновидность коммерческих организаций. Специфика унитарного предприятия состоит в том, что оно не является собственником закрепленного за ним имущества. Имущество унитарных предприятий находится в государственной или муниципальной собственности. Органом управления унитарного предприятия является руководитель, назначаемый собственником. Все унитарные предприятия подразделяются на предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения, и предприятия, основанные на праве оперативного управления.

Унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения, создается по решению уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления. До государственной регистрации такого предприятия его уставный фонд должен быть полностью оплачен собственником. Учредительным документом предприятия является устав, утверждаемый государственным органом или органом местного самоуправления. Собственник имущества предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, не отвечает по обязательствам этого предприятия. Лишь в случае, если несостоятельность (банкротство) вышеуказанного предприятия вызвана собственником его имущества, на этого собственника может быть возложена субсидиарная ответственность по обязательствам предприятия. Предприятие не вправе распоряжаться имуществом без согласия собственника. Собственник имеет право на получение части прибыли от использования имущества, находящегося в хозяйственном ведении предприятия.

Ликвидация и реорганизация предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, происходит по решению собственника. Однако предприятие может быть ликвидировано по решению суда в случае, если стоимость его чистых активов становится меньше размера, определяемого законом.

Унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления (федеральное казенное предприятие), создается только по решению Правительства РФ на базе имущества, находящегося в федеральной собственности. Устав такого предприятия утверждается Правительством РФ. Российская Федерация несет субсидиарную ответственность по обязательствам казенного предприятия. Руководитель казенного предприятия назначается на должность и освобождается от должности федеральным органом правительства. Фактически данное предприятие находится в федеральной собственности, действует от имени государства и в его интересах.

Казенное предприятие самостоятельно реализует производимую им продукцию, но распределение доходов от реализации определяется собственником его имущества. Если в соответствии с уставом казенному предприятию предоставлено право осуществлять приносящую доходы деятельность, то доходы, полученные от такой деятельности, и приобретенное за счет этих доходов имущество поступают в самостоятельное распоряжение предприятия и учитываются на отдельном балансе. Казенное предприятие может быть ликвидировано по решению Правительства Российской Федерации.

Некоммерческие юридические лица – организации, создаваемые для совершения социальной, благотворительной, культурной, образовательной и иной деятельности, не имеющей в качестве своей основной цели извлечение прибыли, и не распределяющие прибыль между своими участниками. Гражданский кодекс РФ содержит перечень некоммерческих организаций, который не является исчерпывающим, а значит, может быть дополнен новыми формами подобных организаций.

К числу некоммерческих организаций ГК РФ относит: потребительские кооперативы; общественные и религиозные организации (объединения); фонды; учреждения; объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

Этот перечень был дополнен Законом РФ «О некоммерческих организациях» от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ (с изм. от 26 ноября 1998 г.). В соответствии с этим законом, наряду с указанными в Гражданском кодексе, к некоммерческим организациям также относятся *некоммерческое партнерство и автономные некоммерческие организации'.*

I. Потребительский кооператив – некоммерческая организация, основанная на добровольном объединении граждан и юридических лиц с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников.

Участие в потребительском кооперативе оформляется в виде членства. Имущество кооператива в виде уставного или паевого фонда складывается из паевых взносов членов. Учредительным документом производственного кооператива является его устав. Высшим органом управления кооперативом является собрание его членов. Собрание избирает правление кооператива и председателя правления.

Специфика потребительского кооператива состоит в том, что на него не распространяется действие Закона РФ «О некоммерческих организациях». Деятельность производственного кооператива регулируется ст. 116 Гражданского кодекса РФ и Законом РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» от 19 июня 1992 г. № 3085-1 (с изм. от 11 июля 1997 г.) в части, не противоречащей ГК РФ. В соответствии с данным законом потребительский кооператив приравнен к статусу потребительских обществ. Кроме того, п. 3 ст. 116 ГК РФ прямо указывает, что наименование потребительского кооператива должно содержать слово «кооператив» или слова «потребительский союз», либо «потребительское общество». Это означает, что правовое положение потребительского кооператива схоже с производственным кооперативом, с той лишь разницей, что члены производственного кооператива не обязаны принимать личное трудовое участие в его деятельности, не несут ответственности по его долгам и не распределяют его прибыли. Однако п. 5 ст. 116 ГК РФ в виде исключения разрешает распределять между членами потребительского кооператива доходы, полученные кооперативом от предпринимательской деятельности, разрешенной законами и уставом.

Все это говорит о том, что потребительский кооператив занимает промежуточное положение между коммерческими и некоммерческими организациями. Примерами потребительского кооператива являются жилищно-строительные, гаражные, дачные и тому подобные кооперативы.

2. Общественные и религиозные организации – добровольные объединения граждан только на основе общности их интересов для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей. Участие в.таких организациях также оформляется в виде членства. Имущество подобных организаций формируется за счет членских взносов и иного рода пожертвований граждан и юридических лиц. Общественные и религиозные организации могут осуществлять пред-

принимательскую деятельность, но лишь для достижения целей, ради которых они созданы. Весь доход от этой деятельности должен идти на развитие организации (объединения).

3. Фонды. Фондом признается не имеющая членства организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов и преследующая достижение общественно полезных целей. Учредители фонда теряют право собственности на переданное фонду имущество и не имеют права на возврат части своего имущества, даже если оно останется после удовлетворения требований кредиторов. В таком случае оставшееся имущество направляется на цели, указанные в уставе фонда.

Устав фонда принимается учредителями фонда, но в отличие от уставов других юридических лиц право внесения изменений в устав фонда может принадлежать суду в случае, если учредители фонда предусмотрели невозможность изменения устава и его сохранение в неизменном виде влечет последствия, которые невозможно было предвидеть при учреждении фонда.

Сам фонд коммерческой деятельностью заниматься не может. Но фонды вправе создавать хозяйственные общества и участвовать в их деятельности. Фонд обязан ежегодно давать отчеты об использовании своего имущества. В отличие от других юридических лиц фонд не может быть ликвидирован добровольно по инициативе учредителей. Решение о ликвидации фонда может принять только суд по заявлению заинтересованных лиц.

4. Учреждения – некоммерческие организации, созданные собственником (государством, юридическим или физическим лицом) для осуществления управленческих, социально-культурных и иных целей. Учреждение полностью или частично финансируется собственником. Собственник несет субсидиарную ответственность по обязательствам учреждения. Учреждение по сути является казенным предприятием, не являющимся собственником своего имущества. Большинство учреждений в Российской Федерации являются государственными или муниципальными. Это центральные и местные органы государственного управления, правоохранительные органы. Допускается создание частных учреждений, например частных музеев, библиотек и т. п. Учредительным документом учреждения является устав. Учреждение может заниматься предпринимательской деятельностью, если это предусмотрено его уставом.

5. Объединения юридических лиц (ассоциации и союзы) создаются несколькими коммерческими организациями в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов. Члены объединения несут субсидиарную ответственность по его обязательствам даже в случае выхода или исключения из него в течение двух лет. Учредительными документами объединения юридических лиц являются устав и учредительный договор. Если учредительными документами предусмотрено ведение предпринимательской деятельности, то оно должно преобразоваться в хозяйственное общество или товарищество, л ибо создать хозяйственное общество и стать его участником.

6. Некоммерческое партнерство – основанная на членстве организация, которая учреждается гражданами или юридическими лицами для достижения социальных, благотворительных и других целей. Особенность данной организации состоит в том, что при выходе из партнерства учредители могут получить свою долю прибыли, за исключением членских взносов.

7. Автономные некоммерческие организации – не имеющие членства организации, учрежденные гражданами или юридическими лицами для предоставления услуг в области образования, здравоохранения, культуры, науки и т. п.

Образование юридических лиц может происходить различными способами. Это зависит от того, какова организационно-правовая форма юридического лица.

Способы образования юридических лиц:

1. Распорядительный – применяется, когда для создания юридического лица достаточно распоряжения собственника, например постановления Правительства РФ. Раньше таким образом создавалось большинство государственных предприятий и учреждений. Сейчас этот способ почти не применяется.

2. Разрешительный – предполагает возникновение юридического лица с согласия того или иного компетентного государственного органа, например министерства или ведомства. Раньше таким образом создавалось большинство общественных и кооперативных организаций. В настоящее время разрешительный характер сохранился лишь для некоторых видов юридических лиц. Например, для создания объединений коммерческих организаций необходимо предварительное согласие Государственного комитета по антимонопольной политике.

3. Нормативно-явочный – наиболее распространенный. Суть его в том, что одно или несколько лиц (физических или юридических) заключают договор об образовании юридического лица, создают его устав и со всеми необходимыми учредительными документами являются в регистрационный орган, где эти документы проходят юридическую экспертизу с последующим вынесением решения по вопросу образования того или иного юридического лица.

Государственная регистрация юридического лица является завершающим этапом его образования. Она должна осуществляться регистрационными органами (регистрационными палатами) местной администрации в трехдневный срок со дня подачи учредительных документов. Отказ в регистрации допускается либо при нарушении порядка регистрации, либо в случае несоответствия учредительных документов действующему законодательству. Причем отказ должен быть дан только в письменной форме с обязательным указанием причин. Не допускается отказ в регистрации по мотивам нецелесообразности создания юридического лица. Отказ в регистрации или уклонение от регистрации могут быть обжалованы в суде.

Для некоторых юридических лиц предусмотрена их регистрация в вышестоящих организациях. Например, коммерческие банки проходят регистрацию в Государственном банке РФ; коммерческие полиграфические предприятия должны регистрироваться в издательских объединениях субъектов Российской Федерации. Высшим регистрирующим органом является Регистрационная палата Российской Федерации. В настоящее время процедура регистрации юридических лиц регулируется Указом Президента РФ «Об упорядочении государственной регистрации предприятии и предпринимателей на территории Российской Федерации» от 8 июля 1994 г. № 1482, а также нормативными актами органов местного самоуправления.

Государственная регистрация юридического лица необходима для возникновения его правоспособности и дееспособности, а также для обеспечения финансового и налогового контроля за его деятельностью.

Для регистрации юридического лица требуется представить учредительные документы (устав и (или) учредительный договор), протокол собрания учредителей с принятием решения о создании юридического лица, заявление о регистрации, заявление об уплате регистрационной пошлины и другие документы. Если учредительные документы соответствуют предъявляемым требованиям, то выдается временное удостоверение о регистрации. С этим удостоверением можно открыть счет в банке, получить документ, подтверждающий оплату не менее 50% уставного капитала предприятия. Затем необходимо стать на учет в налоговою инспекцию, пенсионный фонд. Нужно изготовить печать и угловой штамп предприятия и зарегистрировать их в органах внутренних дел. В Госкомстате предприятию должны присвоить код или регистрационный помер. После этого выдается постоянное свидетельство о регистрации юридического лица, и в течение года предприятие должно сформировать 100% своего уставного капитала.

Прекращение деятельности юридического лица происходит в результате его реорганизации или ликвидации, которые могут происходить как в добровольном, так и в принудительном порядке, т. е. по решению суда.

Реорганизация юридического лица может осуществляться в следующих формах:

1. Слияние двух и более юридических лиц. При этом возникает одно юридическое лицо, которому в соответствии с передаточным актом переходят все имущественные права и обязанности юридических лиц, существовавших до их слияния.

2. Присоединение. В этом случае одно из юридических лиц становится обладателем прав и обязанностей присоединенного или присоединенных юридических лиц. Это может происходить при поглощении мелких предприятий более крупным предприятием-монополистом.

3. Разделение. На основе одного юридического лица образуются два и более юридических лиц. Права и обязанности реорганизованного юридического лица переходят к вновь образованным юридическим лицам в соответствии с разделительным балансом.

4. Выделение. Из состава юридического лица обособляются некоторые его структуры и на их основе создастся одно или несколько юридических лиц. Особенность этой формы реорганизации в том, что исходное юридическое лицо продолжает существовать, но в усеченном виде, так как к каждому из вновь образовавшихся юридических лиц переходит часть прав и обязанностей реорганизованного юридического лица.

5. Преобразование – изменение организационно-правовой формы юридического лица. Например, общество с ограниченной ответственностью вправе преобразоваться в акционерное общество или в производственный кооператив; товарищество на вере может быть преобразовано в полное товарищество и т. п. К вновь возникшему юридическому лицу права и обязанности переходят в соответствии с передаточным актом.

Ликвидация юридического лица – действия по прекращению его существования без перехода его прав и обязанностей к другим субъектам гражданских правоотношений.

Основаниями для *добровольной ликвидации* могут являться истечение срока, на который создано юридическое лицо; достижение цели его деятельности; невозможность достижения уставных целей.

Основаниями *принудительной ликвидации* являются: деятельность юридического лица без надлежащего разрешения (лицензии); деятельность, противоречащая уставным целям, или занятие запрещенными видами деятельности, а также осуществление деятельности с грубыми нарушениями закона. По этим основаниям юридическое лицо ликвидируется в судебном порядке по требованию уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления.

Особый случай представляет ликвидация предприятия в связи с признанием его несостоятельности (банкротства). Порядок ликвидации таких юридических лиц устанавливается Законом РФ «О несостоятельности (банкротстве)» от 8 января 1998 г. № 6-ФЗ.

Дела о банкротстве юридических лиц рассматриваются арбитражным судом по месту нахождения предприятия-должника. Правом на обращение с заявлением в суд обладают собственник этого предприятия (т. е. сам должник), кредиторы, прокурор и другие заинтересованные лица.

До момента подачи в арбитражный суд заявления о признании юридического лица банкротом закон разрешает должнику по взаимному соглашению с кредиторами принять меры, называемые досудебной санацией. В соответствии с этой процедурой кредиторами или иными

лицами (на возмездной или безвозмездной основе) должнику может быть предоставлена финансовая помощь в размере, достаточном для восстановления платежеспособности предприятия. Предприятиям, находящимся в федеральной или муниципальной собственности, финансовая помощь может быть предоставлена из федерального бюджета, бюджета субъектов Российской Федерации или местного бюджета. Условия проведения досудебной санкции устанавливаются лицами, заинтересованными в исполнении должником своих обязательств, В случае невыполнения условий досудебной санкции и неспособности юридического лица удовлетворить требования кредиторов заинтересованная сторона вправе обратиться в суд с заявлением о признании предприятия банкротом. Юридическое лицо считается неспособным удовлетворить требования кредиторов, если соответствующие обязательства не исполнены в течение трех месяцев с момента наступления даты их исполнения.

Дело о банкротстве должно быть рассмотрено арбитражным судом в срок, не превышающий трех месяцев со дня поступления заявления. Рассмотрение дела может быть отложено на срок не более двух месяцев. При рассмотрении дела о банкротстве применяются следующие процедуры: наблюдение, внешнее управление, конкурсное производство, иные процедуры, предусмотренные законом.

Наблюдение вводится с момента принятия судом заявления о признании должника банкротом. В этой ситуации органы управления предприятия осуществляют свои полномочия под наблюдением *временного управляющего,* назначаемого арбитражным судом из числа кандидатов, предложенных кредиторами, или из лиц, зарегистрированных в арбитражном суде в качестве арбитражных управляющих. Временный управляющий принимает меры по обеспечению сохранности имущества должника, устанавливает кредиторов должника и размеры их требований. Временный управляющий представляет в арбитражный суд отчет о финансовом состоянии должника и о возможности или невозможности восстановления платежеспособности должника. На основании представленного отчета и по решению собрания кредиторов арбитражным судом на предприятии вводится внешнее управление. С этого момента полномочия временного управляющего прекращаются.

Внешнее управление вводится на срок до 12 месяцев и может быть продлено на срок не более чем на 6 месяцев. Руководство предприятием полностью переходит *к внешнему управляющему.* Органы управления предприятия-должника в трехдневный срок обязаны передать внешнему управляющему всю документацию, печати, штампы, материальные и иные ценности. В срок не позднее одного месяца после своего назначения внешний управляющий должен разработать план внешнего управления по восстановлению платежеспособности предприятия. Меры по восстановлению платежеспособности должника могут быть следующие: перепрофилирование производства; закрытие нерентабельных производств, продажа части имущества предприятия; и др. Если в установленный срок не будут произведены расчеты с кредиторами, а равным образом, если в течение шести месяцев с момента введения внешнего управления арбитражному суду не будет предъявлен план внешнего управления, суд вправе принять решение о признании предприятия банкротом и об открытии конкурсного производства.

Конкурсное производство вводится сроком на один год. Но по решению арбитражного суда этот срок может быть продлен еще на б месяцев, а при необходимости и на более длительный срок. *Конкурсный управляющий* принимает все дела у внешнего управляющего, но его задача не в том, чтобы «оживить» производство, а в том, чтобы рассчитаться с кредиторами путем полной распродажи производственных фондов предприятия, его движимого и недвижимого имущества. Для осуществления указанной деятельности конкурсный управляющий вправе при-

влекать оценщиков и иных экспертов. Очередность удовлетворения требований кредиторов определена в ст. 64 ГК РФ и ст. 106 Закона РФ «О несостоятельности (банкротстве)».

После расчетов с кредиторами конкурсный управляющий предъявляет в арбитражный суд отчет о результатах конкурсного производства. На основании этого отчета суд выносит определение о завершении конкурсного производства. Это определение передастся в орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц, который вносит в единый государственный реестр юридических лиц запись о ликвидации предприятия. Только с этого момента юридическое лицо считается ликвидированным.

4. Вступая в ту или иную форму гражданского оборота, субъекты права строят свои действия, исходя из конкретных жизненных обстоятельств, с которыми закон связывает возникновение, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей. Иными словами, субъекты права строят свою деятельность на основе юридических факторов. Обратившись к теории права, можно вспомнить, что юридические факты подразделяются на действия и события. Действия бывают правомерные и неправомерные. Разновидностью правомерных действий являются юридические акты, которые подразделяются на административные акты и гражданско-правовые сделки.

Гражданско-правовые сделки являются основной формой гражданского оборота. Сделки представляют собой действия граждан и юридических лиц.

По сути дела сделка – это универсальная форма существования гражданских правоотношений, ибо ни в какой другой форме они существовать не могут. В соответствии со ст. 153 ГК РФ **сделками признаются действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей**. Покупка вещи, продажа, оказание услуг, передача вещи во временное пользование, дарение и тому подобные действия составляют содержание сделок.

Сделка представляет собой волевой акт, так как она выражает намерение субъекта права вызвать определенные юридические последствия. Такое намерение субъекта права вызывает определенные юридические последствия, его называют *внутренней волей.* Способы, которыми внутренняя воля выражается вовне, называются *волеизъявлением.*

Виды гражданско-правовых сделок:

1. *Односторонние, двухсторонние и многосторонние*. Односторонней считается сделка, для совершения которой достаточно выражения воли од ной стороны. Например, составление завещания или принятие наследства. Подавляющее большинство сделок являются двух- и более сторон ними.

2. *Возмездные и безвозмездные*. Возмездной считается сделка, по которой одна из сторон должна получить плату или иное встречное представление. Большинство сделок возмездные (купля-продажа, мена). Примером безвозмездной сделки является договор дарения.

3. *Реальные и консенсуальные*. Консенсуальная сделка считается заключенной с момента достижения соглашения сторон о совершении каких либо взаимных действий. Например, в момент достижения соглашение между продавцом, предлагающим купить вещь, и покупателем, изъявившим желание приобрести се. Реальная сделка считается заключенной с момента передачи вещи (денег) из рук в руки. Например, дарение, заем, хранение.

4. *Каузальные и абстрактные.* Сделка, имеющая под собой конкретное основание (причину), считается каузальной (Например, заключая договор аренды предприятия как имущественного комплекса (ст. 656 ГК), арендатор рассчитывает получать от деятельности предприя-

тия прибыль, размер которой в несколько раз превышает затраты на арендную плату. Однако эта цель не имеет юридического значения для договора аренды предприятия: он будет продолжать оставаться таковым независимо от того, для каких фактических целей он заключается. И даже если деятельность арендованного предприятия оказывается убыточной, арендатор не может по этой причине считать такой договор недействительным или незаключенным). Таких сделок большинство. Абстрактными признаются сделки, основание которых остается юридически безразличным, т. е. имеет абстрактный характер. Примером абстрактной сделки является вексель, который представляет собой общее обещание выплатить определенную денежную сумму независимо от основания его выдачи.

5. *Условные и безусловные.* Большинство сделок являются безусловными, т. е. возникновение прав и обязанностей сторон по этим сделкам не оговорено никакими дополнительными обстоятельствами. Сделки считаются условными, если возникновение или прекращение прав и обязанностей сторон зависит от обстоятельств, в отношении которых неизвестно, когда они наступят. Условные сделки подразделяются на сделки с отлагательными условиями и сделки с отменительными условиями. Сделка считается заключенной с *отлагательными условиями,* если в ее содержании имеется перечень обстоятельств, только при наступлении которых могут возникнуть права и обязанности сторон. Например, при заключении договора найма жилого помещения наймодатель оговаривает время вступления в силу данного договора с момента, когда предыдущим нанимателем, который по не зависящим от него причинам сам не знает, когда он это сделает. Сделка считается заключенной с *отменительными условиями,* если в ее содержании имеется перечень обстоятельств, при наступлении которых права и обязанности сторон прекращаются. Например, при заключении договора найма жилого помещения наймодатель может поставить условие, что в случае возвращения его родственника из дальней командировки (который неизвестно когда приедет) договор будет считаться прекратившимся и наниматель будет обязан освободить жилое помещение.

6. *Бессрочные и срочные.* В бессрочных сделках не определяется момент ее вступления в действие и момент ее прекращения. Срочные сделки обязательно содержат оба указанных момента. Срочные сделки имеют сходство с условными сделками. Но если срочная сделка, определяя моменты возникновения и прекращения прав и обязанностей субъектов ставит в зависимость от событий, которые обязательно должны произойти, то условная сделка оба эти момента ставит в зависимости от событий, относительно которых неизвестно, наступят они или нет.

Кроме указанных видов сделок, иногда выделяют еще *биржевые сделки.* Смысл выделения этой разновидности сделок – в установлении специального порядка подписания и специальной формы их совершения. Выделяют также *фидуциарные сделки,* которые имеют доверительный характер. К таким сделкам относятся поручение, комиссия, передача имущества в доверительное управление и ряд других сделок. Особенность фидуциарных сделок в том, что утрата доверия одной из сторон к другой может привести к прекращению отношений.

Форма сделки – это способ выражения воли субъектов сделки. Гражданским кодексом РФ предусмотрены три формы сделок: устные сделки; сделки, совершаемые в простой письменной форме; нотариально удостоверенные сделки.

Для ряда сделок (например, сделки с землей и другим недвижимым имуществом) предусмотрена государственная регистрация.

Устные сделки **совершаются** путем словесного выражения воли лица. Устно могут совершаться сделки, в отношении которых закон не устанавливает письменной формы либо, если момент заключения сделки совпадает с моментом ее исполнения (за исключением сделок, для

которых предусмотрена нотариальная форма). К устным сделкам приравниваются молчаливые сделки, т. е. заключаемые путем бессловесных действий, жестов, мимики, свидетельствующих о воле лица совершить сделку. Такие сделки называют *конклюдентнымч.*

Письменная форма сделки **совершается путем** составления документа, выражающего содержание сделки и подписанного лицами, совершающими сделку. Если гражданин не может собственноручно подписаться (вследствие физического недостатка или болезни), то по его просьбе сделку может подписать другой гражданин при обязательном засвидетельствовании нотариусом его подписи. При этом никаких прав и обязанностей у гражданина, подписавшего сделку вместо другого лица, не возникает. Простая письменная форма сделок предусмотрена для всех сделок, заключаемых между юридическими лицами, а также между гражданами и юридическими лицами. Что касается сделок только между гражданами, то закон обязывает оформлять письменно все сделки, сумма которых превышает *десятикратный* минимальный размер оплаты труда. за исключением сделок, исполняемых при самом их совершении. Элементарным примером письменной формы сделки является чек, выдаваемый покупателю во всех торговых точках. Сделка, для которой законом предусмотрена устная форма, может быть заключена в письменной форме по соглашению граждан, участвующих в этой сделке.

Нотариально удостоверенные сделки **осуществляются путем совершения на документе удостоверительный** надписи нотариусом или другим лицом, имеющим право совершать такое нотариальное действие. Перечень этих сделок определен Законом РФ «Основы законодательства Российской Федерации о нотариате» от 11 февраля 1993 г. № 4462-1 и другими законодательными актами. Помимо этого перечня закон разрешас1 нотариально удостоверять любые сделки, если это предусмотрено соглашением сторон.

Для того, чтобы сделка имела законную силу, она должна быть действительной.

Условия действительности сделок:

1) действительной признается сделка, содержание которой не противоречит законам и другим нормативным актам;

2) участниками сделки могут быть только дееспособные граждан или юридические лица, зарегистрированные в установленном законов порядке;

3) волеизъявление лиц, участвующих в сделке, должно соответствовать их внутренней воле;

4) изъявление воли не должно сопровождаться двусмысленными и неточными понятиями;

5) воля лица, совершающего сделку, должна быть свободной от насилия, зависимости и иных форм давления (морального или физического) в виде шантажа, угроз или принуждений;

6) сделка не должна совершаться под влиянием обмана, т. е. намеренного введения в заблуждение одной стороны в сделке другой стороной либо лицом, в интересах которого совершается сделка;

7) сделка должна быть составлена по форме, предусмотренной законом.

При несоблюдении хотя бы одного из указанных условий **сделка может быть признана недействительной.**

Сделка, для признания которой требуется решение суда, называется ***оспоримой***.

Сделка, недействительность которой признается во внесудебном порядке, называется ***ничтожной***.

Сделка, совершенная лишь для вида, без намерения создать соответствующие ей правовые последствия, признается ***мнимой.***

Сделка, которая совершена с целью прикрыть другую сделку, признается ***притворной.***

Все мнимые и притворные сделки являются *ничтожными.*

Недействительность сделки, совершенной несовершеннолетним лицом в возрасте от 14 до 18 лет, является оспоримой, т. е. должна быть признана недействительной судом по иску родителей или других законных представителей. Аналогичным образом признается недействительность сделки, совершенной гражданином, ограниченным судом в дееспособности. В данном случае недействительность сделки признается по иску попечителя.

Особый случай представляют сделки, когда при их заключении одна из сторон ненамеренно искажает информацию, вводя в заблуждение другую сторону. Это не признается обманом, так как заблуждающимися в данном случае являются обе стороны. Заблуждаться может одна из сторон также в силу своей недостаточной информированности или самоуверенности. Такие сделки могут быть признаны судом недействительными, если заблуждение касалось природы сделки либо если в результате такой сделки приобретена вещь, качества которой значительно снижают возможности се использования. Если же заблуждение касалось мотивов сделки (например, приобретение по ошибке обуви, одежды не того фасона или размера), то такие сделки признаются действительными и не могут быть оспоримыми. В данном случае допустимы по соглашению сторон замена вещи либо расторжение сделки.

В гражданском законодательстве имеется также понятие ***кабальной сделки***, т. с. сделки, совершенной лицом, которое вследствие стечения тяжелых обстоятельств было вынуждено заключить сделку на крайне невыгодных для себя условиях. Если другая сторона использовала такую ситуацию в своих интересах, например для обогащения или для получения определенной выгоды, такая сделка может быть признана судом недействительной.

Последствия недействительности сделок. При признании сделки недействительной стороны должны вернуться к начальному положению, в котором они находились до совершения сделки. Такая процедура называется ***реституцией***, которая бывает двухсторонней (когда каждая из сторон передаст другой все приобретенное по сделке имущество либо возмещает его стоимость) и односторонней (если судом будет установлено, что в недействительности сделки виновата одна сторона). В результате односторонней реституции потерпевшей стороне имущество возвращается, ас виновной стороны имущество взыскивается в доход государства. Реституция не применяется, когда происходит взыскание имущества обеих сторон в доход государства. При признании сделки недействительной пострадавшая сторона имеет право требовать возмещения понесенных убытков. Но при этом принимаются во внимание только реальные доходы, а упущенная выгода и неполученные доходы не учитываются. Бремя доказывания недействительности сделки лежит на стороне, требующей признания сделки недействительной.

Сроки исковой давности по недействительным сделкам. Так как **ничтожные** сделки недействительны с момента их заключения, то по этим сделкам можно обратиться в суд лишь с иском о применении последствий недействительности. В отношении ничтожной сделки иск может быть предъявлен в течение десяти лет со дня, когда началось ее исполнение.

Для признания недействительности **оспоримой** сделки и применения последствий ее недействительности иск может быть предъявлен в течение года со дня, когда истец узнал или должен был узнать об обстоятельствах, являющихся основанием признания сделки недействительной.

Тема лекционного занятия: «Основные положения семейного права РФ. Наследственное право РФ»

Цели занятия: сформировать общее представление о семейном, наследственном праве РФ.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Специального рассмотрения заслуживает взаимодействие семейного права с гражданским правом. Взаимосвязь данных отраслей права, на наш взгляд, должна быть поставлена на качественно особую ступень в системе взаимодействия семейного права с другими отраслями права, решающими в той или иной мере задачи укрепления и охраны семьи.

Вопрос о соотношении гражданского и семейного права как единой или двух разных отраслей права имеет долгую историю развития, хотя он до сих пор не решен однозначно.

Пчелинцева Л.М. описывает дискуссию по этому вопросу еще дореволюционных ученых-цивилистов Шершеневича Г.Ф. и Мейера Д.И., в которой первый считает, что семейное право должно войти в состав гражданского, а второй - что семейным учреждениям не место в системе гражданского права.

В советский период развития права этот вопрос остается актуальным.

До сих пор в теории не решен вопрос о перспективах дальнейшего развития семейного права -является ли оно отраслью советского гражданского права или самостоятельной отраслью. В литературе высказаны мнения в поддержку приведенных точек зрения.

Вильнянский С.И.: «Нормы семейного права регулируют личные и имущественные отношения в семье и настолько тесно переплетены с нормами гражданского права, что было бы трудно оторвать их от гражданского права».

Толстой Ю.К. считал, что семейное право является комплексной отраслью права, а гражданское – основной. Он указывал на то, что в «состав основной отрасли права не могут входить нормы других отраслей права. Напротив, комплексная отрасль права состоит из норм, взятых из основных отраслей права».

Иоффе О.С. считал, что семейное право «с точки зрения не только предмета, но и метода регулирования, неотделимо от права гражданского».

Ворожейкин Е.М. в противоположность им делает вывод о том, что «существование семейного права как самостоятельной отрасли советского права предопределено объективными предпосылками: специфическим характером общественных отношений, регулируемых этой совокупностью правовых норм; специфическими целями, которые таким регулированием достигаются; специфическим методом, который обеспечивает наилучшее достижение этих целей».

В настоящее время дискуссия также продолжается между новыми поколениями юристов. Сторонники признания семейного права частью гражданского приводят следующие аргументы.

Поскольку предмет семейного права наряду с предметным признаком гражданского права обладает только одной специфической особенностью -лично-доверительным характером имущественных и личных неимущественных отношений в семье, что, в свою очередь, предопределяет применение к семейным отношениям на основе общеотраслевого метода юридического равенства сторон единого метода лично-доверительной направленности правового регулирования, семейное право образует под отрасль гражданского права.

Представляется, что здесь мы встречаемся с одним из случаев соотношения общих норм гражданского и специальным норм семейного законодательства. Там, где специальными нормами семейного кодекса не установлено исключений, соглашения регулируются общими нормами ГК; там, где исключения установлены, действие специальных норм СК устраняет применение общих. Признание семейного права под отраслью права гражданского ни в коей мере не

связано с забвением существенной внутриотраслевой специфики семейных отношений, которая получает и должна получать отражение в нормах семейного законодательства, однако, на мой взгляд, нет ни теоретических, ни практических оснований для сохранения самостоятельности семейного права как отрасли права.

Пантелеева И.В. говорит о том, что «если внимательно посмотреть законодательство, можно прийти к выводу, что сейчас происходит перетекание семейного права в гражданское право. И если так будет продолжаться, то семейное право останется «министром без портфеля», потому что вопросы собственности, независимо от того, где они находятся, целесообразно рассматривать в чисто гражданско-правовом плане. Семейное право имеет такое маятниковое развитие: сначала (в советский период) шел резкий отрыв семейного права от гражданского права, во всяком случае декларируемый, т.е. маятник качался в сторону самостоятельности, и акцент делался в том числе и на какие-то идеализированные понятия, а теперь в связи с изменением общеэкономической ситуации маятник взаимосвязи, взаимодействия этих двух отраслей права пошел в другую сторону. И теперь, бесспорно, мы наблюдаем сближение вплоть до какого-то слияния или перехода тех или иных институтов семейного права в гражданское право».

Однако большинство авторов в настоящее время придерживаются позиции самостоятельности семейного права.

Обособленность семейного права как самостоятельной правовой отрасли в рамках структуры отечественного частного права подтверждается, в частности, фактом существования в семейном праве ряда присущих исключительно семейному праву юридических процедур.

Семейные отношения в России как до революции, так и в советский период не были предметом гражданского права. Разграничение семейного и гражданского права было подготовлено еще дореволюционными исследованиями и получило законодательное оформление в первый же год советской власти. Отраслевая самостоятельность семейного права сформировалась изначально, поэтому в результате генезиса семейного и гражданского права не произошло смешения двух указанных слоев регулирования общественных отношений.

Семейное право - самостоятельная отрасль права в системе российского права. Основания «суверенизации»: наличие самостоятельного правового регулирования, обладающего определенной спецификой (доминирование личного начала как такового и в имущественных отношениях); особый метод правового регулирования (особое сочетание методов - императивно-дозволительный); собственные цели правового регулирования, обусловленные взаимодействием формально-юридических и нравственных начал в семейном праве (возведение норм морали в ранг закона), и определяющие основные принципы (начала) семейного законодательства; наличие кодифицированного акта - Семейного кодекса; отнесение семейно-правового регулирования к совместной компетенции РФ и ее субъектов.

Подводя итог, можно отметить следующее. Общественные отношения многогранны, и поэтому различные стороны одного и того же отношения могут регулировать нормами различных отраслей права.

Основным внешним проявлением межотраслевых связей гражданского и семейного права является использование заимствованных из смежной отрасли правовых категорий. При этом основное заимствование происходит из области гражданского права.

Дальнейшее развитие семейного и гражданского права должно идти по пути опережающей, а не последующей координации и взаимодействия, по пути совместного разрешения проблем в сферах, не урегулированных либо плохо урегулированных правом общественных отношений, где пересекаются вопросы общетеоретические, семейно-правовые, гражданско-правовые, нравственные.

Проблема соотношения гражданского и семейного права всегда имела большое значение. От признания или непризнания существования семейного права в качестве отдельной отрасли зависит вопрос о возможности применения к семейным отношениям гражданско-правовых норм. В ряде стран семейное право является разделом гражданского права.

Ранее действовавшее законодательство допускало регулирование семейных отношений нормами гражданского права только в случае прямого указания закона. Дополнительное применение гражданского законодательства к семейным отношениям хотя и не было предусмотрено законом, но в определенных случаях допускалось, так как в семейном законодательстве отсутствовали многие понятия и институты, которые необходимо было заимствовать из гражданского законодательства.

Семейный кодекс 1995 года допускает практически неограниченное применение гражданского законодательства в семейном праве (ст. 54). Основаниями для такого применения являются:

- Отсутствие норм семейного законодательства, регулирующих отношения между членами семьи и наличие гражданского законодательства, регулирующего такие отношения;
- Семейные отношения являются разновидностью отношений, регулируемых гражданским правом, обладающим рядом специфических особенностей, т.е. нормы гражданского законодательства соотносятся с нормами как общие и специальные.
- Существует следующий порядок применения гражданско-правовых норм к семейным отношениям:
- При наличии специальных норм семейного законодательства семейные отношения регулируются ими;
- Если же их нет, то применяются общие гражданско-правовые нормы.

Ограничением является необходимость, чтобы применение норм гражданского законодательства не противоречило существу семейных отношений.

Семейное право – отрасль права, регулирующая личные неимущественные и связанные с ними имущественные отношения между супругами, родственниками, родителями (усыновителями) и детьми.

(Из этого определения видно, что семейное право тесно связано с гражданским правом, хотя имеет свою специфику. Во-первых, семейные отношения возникают из юридических фактов, не характерных для гражданского права. К ним относятся брак, родство, материнство, отцовство, усыновление и другие юридические факты. Во-вторых, семейные отношения являются преимущественно лично-правовыми в отличие от гражданского права, где акцент делается на имущественные отношения. В-третьих, права и обязанности субъектов семейного права неотчуждаемы, т. с. не могут передаваться другим лицам).

Предмет семейного права составляют отношения, регулируемые нормами семейного права. Нормы семейного права устанавливают порядок и условия вступления в брак; регулируют личные неимущественные и имущественные отношения между супругами; регулируют отношения между родителями и детьми; регулируют отношения, возникающие в связи с усыновлением, опекой и попечительством; устанавливают порядок и, условия прекращения брака.

Источниками семейного права являются Конституция РФ и Семейный кодекс Российской Федерации от 29 декабря 1995 г. № 223-ФЗ (с изм. от 27 июня 1998 г.). К источникам семейного права относится также ряд статей Гражданского кодекса РФ (ст. 47 «Регистрация актов гражданского состояния»; ст. 256 «Общая собственность супругов» и другие статьи). Кроме того, в соответствии со ст. 4 СК РФ к имущественным и личным неимущественным отношениям между членами семьи, не урегулированным семейным законодательством, применяется граж-

данское законодательство. К источникам семейного права также относятся федеральные законы и законы субъектов РФ по отношениям, составляющим предмет семейного права.

Понятие **брака является одним из основных понятий семейного права.** Семейный кодекс РФ не содержит определение брака. В юридической литературе по семейному праву встречаются различные толкования этого понятия. В целом **брак можно определить как добровольный, равноправный союз мужчины и женщины, заключенный в установленном законом порядке с целью создания семьи и порождающий у супругов взаимные права и обязанности.** Данное определение содержит понятие «семья». Это не только юридическое, но и социально-философское понятие. История семьи исчисляется десятками и даже сотнями тысяч лет. Семья – это первичная ячейка общества, которая составляет его основу, является средой воспитания детей и формирования их личности.

Условия заключения брака:

1) достижение брачного возраста лиц, желающих заключить брак;

2) обоюдное согласие вступающих в брак.

Ст. 12 СК РФ не предусматривает никаких других условий заключения брака, помимо перечисленных. Все остальные условия (взаимные симпатии, чувства любви, привязанности и т. п.) носят моральный характер и являются юридически нейтральными, т. е. их наличие не обязательно для законодательного закрепления создания семьи.

Брачный возраст в Российской Федерации наступает с **18** лет, т. е. с возраста, когда гражданин становится полностью дееспособным (Однако при наличии уважительных причин органы местного самоуправления вправе снизить брачный возраст на два года, т. е. разрешить вступать в брак с шестнадцатилетнего возраста, а в исключительных случаях с учетом особых обстоятельств может быть разрешено вступать в брак лицам, не достигшим шестнадцатилетнего возраста).

Обстоятельства, препятствующие заключению брака:

1) брак запрещается между лицами, если хотя бы одно из них состоит в другом зарегистрированном браке;

2) брак не может быть зарегистрирован между близкими родственниками, полнородными и неполнородными братьями и сестрами, а также между усыновителями и усыновленными;

3) не допускается заключение брака между лицами, если одно из них признано судом недееспособным вследствие психического расстройства.

(С согласия лиц, вступающих в брак, может быть проведено их медицинское обследование по медико-генетическим вопросам и вопросам планирования семьи. Обследование должно проводиться бесплатно, и его данные составляют медицинскую тайну).

Порядок заключения брака определен в ст. 11 СК РФ. **Лица, желающие вступить в брак, должны подать обоюдное заявление в орган записи актов гражданского состояния** (ЗАГС) с просьбой о регистрации их брачных отношений. Необходимо также представить **справку об уплате государственной пошлины** в сумме, равной одному минимальному размеру оплаты труда. По истечении одного месяца со дня подачи заявления в присутствии лиц, вступающих в брак, должна состояться государственная регистрация брака.

По решению органов ЗАГСа срок между подачей заявления и регистрацией брака может быть увеличен, но не более чем на один месяц. При наличии особых обстоятельств брак может быть заключен в день подачи заявления.

Действующее семейное законодательство не делает различия между лицами, впервые вступающими в брак, и лицами, вступающими в повторный брак. Как для тех, так и для других предусмотрен одинаковый порядок заключения брака. Лица, вступающие в брак повторно,

должны представить в ЗАГС свидетельство о расторжении предыдущего брака. Отказ в регистрации брака может быть обжалован в суде лицами, желающими вступить в брак, либо одним из них. В подтверждение государственной регистрации брака выдается свидетельство о браке, производится запись в книге актов гражданского состояния (лица, вступающие в брак, ставят свои подписи под этой записью) и в документах, удостоверяющих личность.

Прекращение брака происходит в силу различных юридических фактов:

1. **Вследствие смерти одного из супругов или (в соответствии со ст. 45 ГК РФ) вследствие объявления одного из супругов умершим** (

Гражданин может быть объявлен судом умершим, если в месте его жительства нет сведений о месте его пребывания в течение **5лет,** а если он пропал без вести при обстоятельствах, угрожавших смертью или дающих основание предполагать его гибель от определенного несчастного случая, - в течение **шести месяцев**.

Военнослужащий или иной гражданин, пропавший без вести в связи с военными действиями, может быть объявлен судом умершим не ранее чем по истечении **двух лет со дня окончания военных действий**.

Днем смерти гражданина, объявленного умершим, считается день вступления в законную силу решения суда об объявлении его умершим. В случае объявления умершим гражданина, пропавшего без вести при обстоятельствах, угрожавших смертью или дающих основание предполагать его гибель от определенного несчастного случая, суд может признать днем смерти этого гражданина день его предполагаемой гибели.)**.**

2. **В результате расторжения брака**. • Расторжение брака возможно двумя способами:

1. В органах записи актов гражданского состояния.

2.В судебном порядке.

Расторжение брака в органах записи актов гражданского состояния производится при **взаимном согласии** супругов, **не имеющих несовершеннолетних** детей.

В соответствии с п. 2 ст. 19 СК РФ **брак расторгается в органах ЗАГСа по заявлению одного из супругов** независимо от наличия у них несовершеннолетних детей, если другой супруг:

признан судом безвестно отсутствующим;

признан судом недееспособным;

приговорен к лишению свободы на срок свыше трех лет.

(Инициатива о расторжении брака может также исходить от опекуна супруга, признанного недееспособным.)

Во всех указанных случаях **брак расторгается по истечении месяца со дня подачи заявления о расторжении б**рака. Этот срок не может быть сокращен или увеличен. Регистрация расторжения брака должна происходить только в присутствии супругов. Если супруги без уважительных причин не явились в назначенное время в орган ЗАГСа для оформления расторжения брака, их заявления теряют силу. Если супруги имеют взаимные имущественные претензии, они вправе обращаться в суд за разрешением спора о разделе имущества.

Расторжение брака в судебном порядке производится в следующих случаях:

1) **при отсутствии согласия одного из супругов на расторжение брака**; При отсутствии согласия одного из супругов на расторжение брака суд вправе отложить разбирательство дела, назначив супругам трехмесячный срок для примирения. По истечении этого срока, если прими-

рение не достигнуто и будет установлено, что дальнейшая совместная жизнь супругов и сохранение семьи невозможны, суд может принять решение о расторжении брака.

2) **при взаимном согласии супругов, имеющих общих несовершеннолетних детей** расторжение брака судом производится не ранее истечения одного месяца со дня подачи супругами заявления о расторжении брака. Супруги могут представить на рассмотрение суда соглашение о том, с кем будут проживать дети, о порядке выплаты средств на содержание детей или нетрудоспособного нуждающегося супруга. Если соглашение по этим вопросам не достигнуто или если соглашение нарушает интересы детей, суд обязан определить, с кем из супругов будут проживать несовершеннолетние дети, с кого и в каких размерах должны взыскиваться алименты на детей. Расторжение брака в судебном порядке производится по месту жительства ответчика, а если истец по уважительным причинам не может выехать к месту жительства ответчика, судебное разбирательство производится по месту жительства истца.

Брак считается расторгнутым в судебном порядке со дня вступления решения суда в законную силу. В течение трех дней со дня вступления в законную силу решения суда о расторжении брака суд обязан направить в орган ЗАГСа выписку из этого решения. На основании предоставленной выписки производится запись в книге актов гражданского состояния, и бывшим супругам выдаются свидетельства о расторжении брака.

3. В результате признания брака недействительным. •′

Признание брака недействительным, в отличие от расторжения брака, осуществляется только в судебном порядке.

Основания признания брака недействительным:

1) отсутствие хотя бы одного из условий заключения брака;

2) наличие хотя бы одного из обстоятельств, препятствующих заключению брака:

3) заключение фиктивного брака, т. е. без намерения создать семью;

4) если одно из лиц, вступивших в брак, скрыло от другого лица наличие венерической болезни или ВИЧ-инфекции.

Брак может быть признан судом недействительным по заявлению одного из супругов, право которого нарушено заключением брака, а также по заявлению родителей или органов опеки и попечительства, если брак был совершен с лицом, не достигшим брачного возраста без соответствующего разрешения. В некоторых случаях суд принимает дело о признании брака недействительным по заявлению прокурора. Однако даже при наличии оснований для признания брака недействительным суд может признать брак действительным, если к моменту рассмотрения дела отпали обстоятельства, которые в силу закона препятствовали его заключению.

Порядок извещения органов ЗАГСа о признании брака недействительным такой же, как и при расторжении брака в судебном порядке. Но если при расторжении брака права и обязанности супругов считаются прекратившимися, то **при признании брака недействительным, права и обязанности лиц, вступивших в брак, считаются не возникшими с момента заключения брака. Сохраняются только права и обязанности на детей, родившихся в этом браке или в течение трехсот дней после признания брака недействительным.** Имущество, приобретенное лицами в браке, признанном недействительным, может быть разделено в соответствии со ст. 245–252 Гражданского кодекса РФ, в которых регулируются вопросы, связанные с долевой собственностью.

Если лицо при вступлении в брак не знало и не могло знать о наличии оснований недействительности брака, оно признается добросовестным супругом и для него применяется правовой режим раздела совместной собственности супругов. Кроме того, добросовестный супруг

вправе требовать возмещения ему морального и материального вреда по правилам, предусмотренным гражданским законодательством.

Личные неимущественные права и обязанности супругов составляют основное содержание семейно-брачных отношений. Правовое регулирование семейных отношений служит укреплению стабильности общества. В Декларации прав и свобод человека и гражданина, а также в п. 1 ст. 38 Конституции Российской Федерации провозглашено: «Материнство и детство, семья находятся под защитой государства». **В Семейном кодексе РФ основу брачных взаимоотношений составляет принцип равенства супругов в семье (**ст. 31 СК РФ). Этот принцип базируется на общепризнанных нормах международного права и закреплен в п. 3 ст. 19 Конституции РФ, согласно которой «мужчина и женщина имеют равные права и свободы и равные возможности для их реализации».

Принцип равенства супругов в семье находит свое отражение в следующих положениях:

1) равное право на решение вопросов семейной жизни;

2) равные права и обязанности на воспитание детей (никто из супругов не вправе препятствовать другому супругу осуществлять свои права и обязанности в отношении их детей, даже если брак расторгнут или признан судом недействительным);

3) равное право каждого из супругов на выбор рода занятий и профессии (никакие претензии одного из супругов к другому по поводу нецелесообразности ведения той или иной профессиональной деятельности, якобы мешающей осуществлению семейных обязанностей, не имеют под собой законных оснований);

4) каждый из супругов имеет право выбора своего места пребывания и места жительства (совместное проживание супругов не является обязательным условием для создания семьи);

5) равное право супругов на выбор фамилии при вступлении в брак (каждый из супругов вправе сохранить свою добрачную фамилию либо заменить свою фамилию на фамилию другого супруга, а также может присоединить к своей фамилии фамилию другого супруга, если его фамилия не является двойной).

Имущественные права и обязанности супругов регулируются ст. 253, 256 Гражданского кодекса РФ и гл. 7, 8, 9 Семейного кодекса РФ.

Существуют два способа регуляции имущественных отношений супругов:

1) законный режим имущества супругов;

2) договорный режим имущества супругов.

Законный режим имущества супругов состоит в том, что супруги владеют, пользуются и распоряжаются имуществом, нажитым в браке совместно, т. е. в соответствии с правилами, указанными в ст. 253 Гражданского кодекса РФ.

Совместная собственность супругов:

1. Имущество, нажитое супругами во время брака. К такому имуществу относятся:

а) доходы каждого из супругов от трудовой, предпринимательской деятельности и результатов интеллектуальной деятельности;

б) пенсии, пособия, а также иные денежные выплаты, не имеющие специального целевого назначения (суммы материальной помощи, суммы, выплаченные в связи с утратой трудоспособности, и т. п.);

в) движимые и недвижимые вещи, ценные бумаги, вклады, внесенные в кредитные учреждения, а также другое нажитое супругами в период брака имущество независимо от того, на чье имя оно приобретено, и кем из супругов внесены денежные средства (п. 3 ст. 34 СК РФ за-

крепляет право на общее имущество супруга, который в период брака не имел собственного дохода, осуществляя ведение домашнего хозяйства и уход за детьми).

2. Имущество, нажитое каждым из супругов до вступления в брак. ! если будет установлено, что в период брака каждым супругом были произведены вложения, существенно увеличивающие стоимость этого имущества (капитальный ремонт, перестройка, реконструкция и т. п.).

Содержание ст. 35 Семейного кодекса РФ фактически конкретизирует содержание аналогичной ст. 253 Гражданского кодекса РФ, посвященной вопросам владения, пользования и распоряжения имуществом, находящимся в совместной собственности. **Супруги распоряжаются совместным имуществом по обоюдному согласию**. Причем это согласие не требует устного или письменного подтверждения. **При совершении сделки одним из супругов согласие другого супруга изначально предполагается. Если сделка совершена одним из супругов без согласия другого, она может быть признана судом недействительной** только при соблюдении двух условий одновременно:

1) если супруг, выразивший несогласие, обратится в суд о признании сделки недействительной;

2) если будет доказано, что другая сторона в сделке знала или заведомо должна была знать о несогласии супруга на совершение сделки.

Эти условия относятся к сделкам, совершение которых не требует нотариального заверения или государственной регистрации. Все остальные сделки, а также сделки по распоряжению недвижимым имуществом требуют обязательного нотариально заверенного согласия супругов. Такие сделки могут быть признаны недействительными, если супруг, чье нотариально удостоверенное согласие не было получено, обратится в суд в течение года со дня, когда он узнал или должен был узнать о совершении данной сделки.

2. Собственность каждого из супругов:

1**.. Имущество, нажитое каждым из супругов до вступления в брак**, если не будет установлено, что в период брака супруги произвели вложения, значительно увеличивающие стоимость этого имущества.

2. Имущество, полученное одним из супругов **в порядке наследования.**

3. Имущество, **полученное каждым из супругов по безвозмездным сделкам** (например, по договору дарения).

4. **Вещи индивидуального пользования** (обувь, одежда и т. п.), за исключением драгоценностей и других предметов роскоши.

5. **Награды, денежные призы, ценные подарки, полученные одним из супругов за спортивные достижения, за заслуги в научной деятельности, а также за деятельность в области искусства.**

При расторжении брака ставится вопрос о разделе только совместного имущества. Собственность каждого из супругов разделу не подлежит. Также не подлежат разделу вещи, приобретенные для удовлетворения потребностей несовершеннолетних детей. Эти вещи должны быть переданы супругу, с которым будут проживать дети. Не учитываются при разделе имущества денежные вклады на имя общих несовершеннолетних детей.

При расторжении брака совместное имущество делится в равных долях, если иное не предусмотрено договором между супругами. Долги супругов также распределяются между супругами пропорционально присужденным им долям. В интересах несовершеннолетних детей суд вправе отступить от принципа равенства долей при разделе совместного имущества супру-

гов и принять решение о распределении большей доли имущества супругу, с которым будут проживать дети. Аналогичное решение суд может принять в ситуации, когда один из супругов по неуважительным причинам не получал доходов или расходовал общее имущество в ущерб интересам семьи.

Договорный режим имущества супругов оформляется заключением брачного договора.

Брачный договор – это соглашение лиц, вступающих в брак (или уже состоящих в браке), определяющее права и обязанности супругов в браке, а также аналогичные права и обязанности в случае расторжения брака. **Брачный договор может быть заключен как до государственной регистрации, так и после регистрации брака, но в любом случае договор вступает в силу только со дня заключения брака.** Брачный договор составляется в **письменной форме** и подлежит **нотариальному удостоверению.** В период брака по соглашению сторон брачный договор может быть изменен или расторгнут. Соглашение об этом также подлежит нотариальному удостоверению. По требованию одного из супругов брачный договор может быть изменен или расторгнут только в судебном порядке. Суд также может по требованию одного из супругов признать брачный договор недействительным, если условия договора ставят этого супруга в крайне неблагоприятное положение, ограничивают его дееспособность, права и обязанности в отношении детей, нарушают принцип равноправия в браке и т. п.

При вступлении в брак **брачный договор может быть заключен только при обоюдном добровольном согласии супругов**, так как наличие брачного договора не является обязательным условием брака. Расторжение брачного договора не ведет к расторжению брака, но расторжение брака ведет к прекращению брачного договора.

Содержание брачного договор*а* устанавливает имущественные права и обязанности супругов. Брачный договор не может регулировать личные неимущественные отношения между супругами, а также права и обязанности супругов в отношении детей (п. 3 ст. 42 СК РФ).

В брачном договоре должны быть отражены:

I) режим совместной, долевой или раздельной собственности на все имущество супругов, на отдельные его виды или на имущество каждого из супругов;

2) права и обязанности супругов по взаимному содержанию;

3) способы участия в доходах друг друга и порядок несения каждым из супругов семейных расходов;

4) определяется, какое имущество и в каких долях должно быть передано каждому из супругов в случае расторжения брака.

Супруги вправе включать в содержание брачного договора любые иные положения, касающиеся имущественных отношений. Брачный договор может быть заключен как в отношении имеющегося, так и в отношении будущего имущества супругов.

Если один из супругов занимается предпринимательской деятельностью, являясь участником (учредителем) полного товарищества или общества с дополнительной ответственностью, то в брачном договоре должен быть определен порядок удовлетворения требований кредиторов по обязательствам в случае несостоятельности (банкротства) указанных предприятий. Об изменении или расторжении брачного договора супруг обязан уведомлять своих кредиторов. При отсутствии брачного договора супруг-должник может отвечать по обязательствам перед кредиторами только своим имуществом или своей долей общего имущества. Взыскание по обязательствам одного из супругов может быть обращено на общее имущество супругов только в соответствии со ст. 45 СК РФ. При расторжении брака, а следовательно, и прекращении действия

брачного договора супруг-должник отвечает по своим обязательствам независимо от содержания брачного договора. При этом у кредиторов есть право расторгнуть гражданско-правовой договор между супругом-должником в порядке, установленном ст. 451-453 Гражданского кодекса РФ.

Права и обязанности родителей и детей возникают на основании удостоверенного в установленном законом порядке факта происхождения детей от конкретных родителей (отца и матери). **Материнство устанавливается на основании документов, подтверждающих рождение ребенка матерью в медицинском учреждении, а в случае рождения ребенка вне медицинского учреждения – на основании медицинских документов, свидетельских показаний или иных доказательств. Отцовство устанавливается по факту состояния мужчины в браке с матерью ребенка. Отцовство лица, не состоящего в браке с матерью ребенка, устанавливается путем подачи в орган ЗАГСа совместного заявления отца и матери ребенка или устанавливается в судебном порядке по заявлению одного из супругов либо по заявлению самого ребенка по достижении им совершеннолетия.**

Лица, состоящие в браке и имеющие общих детей, а также лица, не состоящие в браке, материнство и отцовство которых определено в установленном законом порядке, записываются родителями ребенка в книге записей рождений. Запись родителей может быть оспорена только в судебном порядке по требованию лица, записанного в качестве отца или матери, либо лица, фактически являющегося отцом или матерью, а также самим ребенком по достижении им совершеннолетия.

В соответствии с п. 1 ст. 54 СК РФ **ребенком признается лицо, не достигшее восемнадцатилетнего возраста.** *Фамилия* ребенка определяется фамилией родителей. Ребенку, родители которого имеют разные фамилии, по соглашению родителей присваивается фамилия одного из них, а в случае разногласия вопрос о присвоении фамилии ребенку решается органом опеки и попечительства. Если отцовство не установлено, ребенку присваивается фамилия матери, а отчество – по имени лица, записанного по указанию матери в качестве отца ребенка.

Основные права ребенка:

1. **Право жить и воспитываться в семье**, т. е. право на совместное проживание с родителями, за исключением случаев, когда это противоречит интересам ребенка.

2. **Право на общение с родителями**, даже если брак между ними расторгнут или признан судом недействительным, а также в случае раздельного проживания родителей (исключение составляют случаи, когда родители лишены родительских прав за действия, угрожающие жизни и здоровью ребенка).

3. **Право на общение с родственниками** (дедушкой, бабушкой, братьями, сестрами), где бы они ни проживали.

4. **Право на защиту своих прав и законных интересов при невыполнении или ненадлежащем выполнении родителями** (одним из родителей) обязанностей по воспитанию и образованию ребенка либо при злоупотреблении родительскими правами. Несовершеннолетний ребенок вправе обратиться за защитой в орган опеки и попечительства, а ребенок, достигший возраста четырнадцати лет, вправе обращаться за защитой своих интересов непосредственно в суд.

5. **С десятилетнего возраста у ребенка возникает право выражать свое мнение при решении в семье вопросов, затрагивающих его интересы**. Например, в ходе судебного разбирательства учет мнения ребенка, достигшего десятилетнего возраста, обязателен, за исключением случаев, когда это противоречит интересам ребенка.

6. **Право на изменение имени и фамилии возникает у ребенка с четырнадцати лет.** Исходя из интересов ребенка орган опеки и попечительства вправе разрешить изменить имя ребенку или заменить присвоенную ему фамилию на фамилию другого родителя, с учетом мнения другого родителя, за исключением случаев, когда этот родитель лишен родительских прав.

Имущественные права несовершеннолетних детей определяются нормами гражданского законодательства и ст. 60 СК РФ. Дееспособность малолетних в возрасте от 6 до 14 лет определяется ст. 28 ГК РФ, а в возрасте от 14 до 18 лет определяется ст. 26 ГК РФ. В соответствии с п. 3 ст. 60 СК РФ несовершеннолетний ребенок имеет право собственности на полученные им доходы, имущество, полученное им в дар или в порядке наследования, либо приобретенное на свои средства. Если ребенок получает в дар или по наследству недвижимое имущество либо движимое имущество, сделки с которым требуют государственной регистрации, то так как ребенок еще не является полностью дееспособным, родители ребенка осуществляют управление его имуществом на правах опекунов (попечителей) в соответствии с нормами, предусмотренными в ст. 37 ГК РФ.

Следует напомнить, что опека может устанавливаться над детьми в возрасте от 6 до 14 лет, а попечительство – над детьми в возрасте от 14 до 18 лет . Эта же норма продублирована в п. 2 ст. 145 СК РФ. Права и обязанности опекунов и попечителей ребенка определены в гл. 20 ст. 150 СК РФ, а также ст. 36 - 38 ГК РФ.

Доходы от управления имуществом ребенка могут расходоваться опекунами и попечителями только в интересах подопечного с предварительного согласия органа опеки и попечительства. Родители ребенка не вправе давать согласия третьим лицам на совершение сделок по отчуждению имущества подопечного (т. е. они не могут это имущество продать, подарить, обменять, сдать внаем, а также не вправе совершать сделки, влекущие уменьшение имущества подопечного). Родители не имеют права собственности на имущество ребенка, но могут им пользоваться по соглашению с ребенком.

К имущественным правам ребенка относится также право на получение содержания от своих родителей и других членов семьи. Это значит, что родители и другие члены семьи обязаны выделять из семейного бюджета средства для обеспечения ребенку нормальных условий жизни (т. е. удовлетворять его потребности в еде, одежде, обустраивать его быт, обеспечивать условия для нормальной учебы, отдыха и т. п.). Родитель, не проживающий совместно с ребенком, обязан выделять средства на содержание своих несовершеннолетних детей путем уплаты алиментов. Суммы, причитающиеся ребенку в качестве алиментов или пособий, поступают от родителей (одного из родителей) и должны расходоваться на содержание, воспитание и образование ребенка.

Права и обязанности родителей (родительские права) базируются на принципе равенства супругов в браке. Исходя из этого принципа, родители имеют равные права и несут равные обязанности в отношении своих детей. **Родители обязаны заботиться о здоровье, физическом, психическом, духовном и нравственном развитии своих детей, а также обязаны обеспечивать получение детьми основного общего образования.**

Родители являются законными представителями своих несовершеннолетних детей и выступают в защиту их прав и интересов в отношениях с физическими и юридическими лицами. Исключение составляют случаи, когда органами опеки и попечительства установлено противоречие между интересами родителей и детей. В таких случаях орган опеки и попечительства обязан назначить представителя для защиты прав и интересов ребенка. При осуществлении родительских прав родители не вправе причинять вред физическому и психическому здоровью детей, их нравственному развитию.

В случае уклонения от выполнения родительских обязанностей родители по решению суда могут быть лишены родительских прав либо их родительские права могут быть ограничены.

Лишение родительских прав допускается в следующих случаях:

1) злостное уклонение от уплаты алиментов;

2) отказ без уважительных причин взять своего ребенка из родильного дома либо из иного лечебного или воспитательного учреждения, а также из других аналогичных учреждений;

3) злоупотребление своими родительскими правами (т. е. жестокое и грубое обращение с детьми, физическое насилие над ними, унижение их достоинства или эксплуатация);

4) болезнь родителей хроническим алкоголизмом или наркоманией;

5) совершение родителями (родителем) преступления против жизни и здоровья своих детей либо против жизни или здоровья супруга.

Дела о лишении родительских прав принимаются судами к рассмотрению по заявлению одного из родителей или лиц, заменяющих их, а также по заявлению прокурора либо органа опеки и попечительства. **Родители, лишенные родительских прав, теряют все права на детей, а также право на льготы и государственные пособия, установленные для граждан, имеющих детей. Но это не освобождает таких родителей от обязанности содержать своего ребенка.** Принимая решение о лишении родительских прав, суд решает вопрос о взыскании алиментов с родителей . (родителя). Суд также решает вопрос, где должен проживать ребенок, если до лишения родительских прав он проживал совместно с родителями.

Независимо от места проживания ребенок, родители которого лишены родительских прав, сохраняет право собственности на жилое помещение или право пользования жилым помещением, а также сохраняет вес имущественные права, основанные на факте родства с родителями, в том числе право на получение наследства.

Ограничение родительских прав является мерой, применяемой судом для защиты интересов ребенка. Иск об ограничении родительских прав может быть предъявлен близкими родственниками ребенка, дошкольными или другими общеобразовательными учреждениями, а также прокурором. Дела об ограничении родительских прав суд рассматривает с участием прокурора и органа опеки и попечительства.

Ограничение родительских прав допускается в следующих случаях:

1) если оставление ребенка с родителями опасно для жизни ребенка по обстоятельствам, не зависящим от родителей (психическое расстройство или иное хроническое заболевание родителей);

2) если оставление ребенка с родителями является опасным для ребенка вследствие жестокого и грубого обращения родителей с ними, но, при этом не установлены достаточные основания для лишения родителей родительских прав.

Ограничение родительских прав выполняет не только роль санкции за ненадлежащее исполнение родительских обязанностей, но также выполняет и предупредительную роль. Если родители, в отношении которых суд принял решение об ограничении родительских прав, в течение шести месяцев не изменят свое поведение, то орган опеки и попечительства вправе предъявить в суд иск о лишении таких родителей родительских прав.

Родители, родительские права которых ограничены судом, утрачивают право на личное воспитание ребенка, а также на льготы и государственные пособия на детей. Но это не освобождает таких родителей от обязанностей по содержанию детей. С согласия опе-

ки и попечительства родителям, родительские права которых ограничены судом, могут быть разрешены контакты с ребенком, если это не оказывает на ребенка вредного влияния.

Лишение родителей родительских прав, также как и ограничение родительских прав, не является постоянно действующей санкцией. Если родители изменили поведение, образ жизни и отношение к воспитанию ребенка, то по иску родителей (одного из них) суд может вынести решение о восстановлении в родительских правах или об отмене ограничения родительских прав. Дела о восстановлении родительских прав рассматриваются с участием прокурора, а также органов опеки и попечительства. Если ребенок достиг десятилетнего возраста, обязательно требуется его согласие как по вопросу о восстановлении родительских прав, так и по вопросу об отмене ограничения родительских прав.

Лишению родительских прав или их ограничению может предшествовать процедура отобрания ребенка у родителей, если жизни и здоровью ребенка создается непосредственная угроза (ст. 77 СК РФ). Немедленное отобрание ребенка производится органом опеки и попечительства на основании соответствующего акта органа местного самоуправления. При этом орган опеки и попечительства обязан немедленно уведомить прокурора о факте отобрания ребенка у родителей, а также обеспечить ребенку место временного проживания и не позднее чем через семь дней обратиться в суд с иском о лишении или ограничении родителей родительских прав. После вынесения соответствующего решения суд обязан в течение трех дней направить выписку из этого решения в орган записи актов гражданского состояния по месту государственной регистрации ребенка.

Следует отметить, что расторжение брака не влечет за собой ограничения или лишения родительских прав. При расторжении брака родитель, с которым ребенок не проживает, сохраняет права на ребенка в том же объеме, как и родитель, с которым проживает ребенок. Но на разведенного супруга, с которым не проживает ребенок, также как на родителя, лишенного родительских прав, или родительские права которого ограничены, возлагается обязанность содержания несовершеннолетних детей.

Алиментные обязательства представляют собой обязанности трудоспособных членов семьи отчислять часть заработанных средств на содержание нетрудоспособных членов семьи. Размер отчислений рассчитывается в долевом отношении к совокупному месячному доходу лица, обязанного содержать нетрудоспособных членов семьи, или устанавливается в твердой денежной сумме.

В соответствии с разделом V Семейного кодекса РФ **алиментные обязательства могут нести все члены семьи и ближайшие родственники. Таким образом, обязанности по предоставлению содержания могут нести**:

1. Родители в отношении своих несовершеннолетних детей, а также нетрудоспособных совершеннолетних детей, нуждающихся в помощи.

2. Совершеннолетние дети в отношении своих нетрудоспособных, нуждающихся в помощи родителей (за исключением случаев, когда судом установлено, что родители уклонялись от выполнения своих обязанностей перед детьми, были лишены .родительских прав и не восстановлены в них).

3. Супруг в отношении своего нетрудоспособного нуждающегося супруга. В соответствии с п. 2 ст. 89 СК РФ нетрудоспособным нуждающимся супругов признается:

а) жена в период беременности и в течение трех лет со дня рождения общего ребенка;

б) супруг-инвалид, утративший трудоспособность (за исключением случаев, когда нетрудоспособность нуждающегося в помощи супруга наступила в результате злоупотребления

спиртными напитками, наркотическими средствами или в результате совершения им умышленного преступления, а также в случае непродолжительности пребывания супругов в браке);

в) нуждающийся супруг, осуществляющий уход за общим ребенком-инвалидом до достижения ребенком возраста восемнадцати лет;

г) нуждающийся супруг, осуществляющий уход за общим ребенком инвалидом детства I группы;

4. Братья и сестры в отношении своих несовершеннолетних или совершеннолетних нуждающихся в помощи нетрудоспособных братьев и сестер. Данные алиментные обязательства возлагаются по решению суда в случае, если нуждающиеся в содержании лица не могут получить содержания от своих родителей, супруга или от своих совершеннолетних детей.

5. Дедушки и бабушки по решению суда могут нести обязанности по содержанию своих несовершеннолетних или совершеннолетних нетрудоспособных внуков, если нуждающиеся в таком содержании внуки не могут получать содержание от своих родителей, супругов (бывших супругов) и других родственников.

6. Внуки могут по решению суда нести обязанности по содержанию своих нуждающихся в помощи дедушек и бабушек, если у дедушки (бабушки) нет возможности получать содержание от своих детей, супруга (бывшего супруга) и других родственников.

7. Пасынки и падчерицы в отношении своих нетрудоспособных нуждающихся отчима и мачехи, если отчим и мачеха не могут получать содержания от своих трудоспособных детей или от супруга. Отчим и мачеха вправе требовать предоставления им данного содержания только в судебном порядке, и только если они воспитывали и содержали своих пасынков (падчериц) не менее пяти лет при условии надлежащего выполнения своих обязанностей.

8. В некоторых случаях по требованию лиц, осуществлявших воспитание и содержание несовершеннолетних детей, суд может возложить на трудоспособных воспитанников, достигших совершеннолетия, обязанность по содержанию своих нетрудоспособных нуждающихся в помощи фактических воспитателей, если эти лица не могут получать содержание от своих трудоспособных детей, а также, если воспитанники содержались и воспитывались указанными лицами надлежащим образом не менее пяти лет.

Вопросы об исполнении алиментных обязательств (размер, условия, порядок выплаты и т. д.) могут определяться по соглашению сторон, за исключением случаев, когда средства на содержание нетрудоспособных нуждающихся в помощи родственников и иных лиц взыскиваются только в судебном порядке.

Если стороны не заключают соглашение или не могут прийти к согласию либо если одна из сторон уклоняется от уплаты алиментов, другая сторона вправе обратиться в суд с требованием о взыскании алиментов, определении их размера и порядка выплаты. В соответствии со ст. 81 СК РФ при отсутствии соглашения об уплате алиментов алименты на несовершеннолетних детей взыскиваются судом **с их родителей ежемесячно в размере: на одного ребенка – одной четверти, на двух детей – одной трети, на трех и более детей – половины заработка и (или) иного дохода родителей (родителя)**. Удержание алиментов должно производиться **ежемесячно** по месту работы лица, обязанного уплачивать алименты, администрацией предприятия на основании представленного судом исполнительного листа. Администрация предприятия не позднее чем в трехдневный срок со дня выплаты заработной платы должна за счет лица, обязанного уплачивать алименты, перевести алименты получающему их лицу (ст. 109 СК РФ). **Супруги, пришедшие к соглашению об уплате алиментов без обращения в суд, обязаны нотариально удостоверить это соглашение, что придаст соглашению силу исполнительного листа**. Размер алиментов на несовершеннолетних детей по этому соглашению не

должен быть меньше размера, установленного ст. 81 СК РФ. **В соглашении об уплате алиментов может быть предусмотрено сочетание различных способов уплаты алиментов:**

а) **в долях к заработку** или иному доходу лица, обязанного уплачивать алименты;

б) **в твердой денежной** сумме, уплачиваемой одновременно или периодически; *Алименты взыскиваются в твердой денежной сумме,* если лицо, обязанное уплачивать алименты, имеет нерегулярный месячный заработок или иной доход, либо у него вообще нет заработка или иного дохода, а также, если взыскание алиментов в долевом отношении существенно нарушает интересы одной из сторон. Размер твердой денежной суммы определяется судом с учетом материального и семейного положения сторон и других заслуживающих внимания обстоятельств. Если при расторжении брака дети остаются у каждого из родителей, размер алиментов с одного из родителей в пользу менее обеспеченного родителя также определяется судом в твердой денежной сумме с учетом вышеуказанных обстоятельств.

в) **путем предоставления имущества**, а также иными способами.

Суммы, причитающиеся ребенку в качестве алиментов, поступают в распоряжение родителя, с которым проживает ребенок, или в распоряжение лиц, заменяющих родителей, т. е. опекунов, попечителей и воспитателей. Но по требованию родителя, обязанного уплачивать алименты на несовершеннолетних детей, суд в соответствии со ст. 60 СК РФ может вынести решение о перечислении не более 50% суммы алиментов на счета в банках, открытые на имя несовершеннолетних детей. **Алименты на детей, находящихся в воспитательных учреждениях, зачисляются на счета этих учреждений и должны учитываться отдельно по каждому ребенку**. В соответствии с п. 2 ст. 84 СК РФ **указанные учреждения вправе** помещать эти суммы в банки и **при этом 50% дохода от обращения поступивших сумм алиментов могут использовать на содержание детей**. **В случае оставления ребенком воспитательного учреждения вся сумма полученных на него алиментов и 50% дохода от их обращения зачисляются на счет, открытый на имя ребенка в отделении Сберегательного банка Российской Федерации**.

Администрация предприятия, производящая удержание алиментов, должна в трехдневный срок сообщить об увольнении лица, обязанного уплачивать алименты, а также о новом месте его работы или жительства, если оно ей известно. В свою очередь лицо, обязанное уплачивать алименты, должно в этот же срок сообщить лицу, получающему алименты, о перемене места работы или жительства, а при уплате алиментов несовершеннолетним детям – и о наличии дополнительного заработка или иного дохода.

При образовании задолженности по уплате алиментов, виновное лицо, по решению суда уплачивает получателю алиментов неустойку в размере 0,1% от суммы невыплаченных алиментов за каждый день просрочки. Получатель алиментов в этом случае также вправе взыскать с лица, виновного в несвоевременной уплате алиментов, все причиненные просрочкой убытки в части, не покрытой неустойкой. **За злостное уклонение от уплаты алиментов предусмотрена уголовная ответственность по ст. 157 УК РФ (**наказывается обязательными работами на срок от ста двадцати до ста восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года, либо арестом на срок до трех месяцев).

Алиментные обязательства прекращаются:

1) **в связи со смертью лица**, о**бязанног**о уплачивать алименты, или лица, п**олучающе**го алименты;

2) **по истечении срока действия** соглашения об уплате алиментов или по основаниям, предусмотренным этим соглашением;

3) **по достижении ребенком совершеннолетнего** возраста или в случае объявления несовершеннолетнего полностью дееспособным (ст. 27 ГК РФ «Эмансипация»);

4) **при признании судом восстановления трудоспособности** или прекращения нуждаемости в помощи получателя алиментов;

5) **при вступлении нетрудоспособного нуждающегося супруга в новый брак**;

6) **при усыновлении (удочерении) ребенка,** на содержание которого взыскивались алименты.

Выявление и устройство детей, оставшихся без попечения родителей, возлагается на органы опеки и попечительства в соответствии со ст. 121–123 СК РФ. Органы опеки и попечительства входят в структуру органов местного самоуправления, поэтому их деятельность должна определяться уставом муниципального образования.

Граждане, располагающие сведениями о детях, оставшихся без попечения родителей, а также должностные лица дошкольных, общеобразовательных и иных воспитательных учреждений обязаны сообщать о таких детях в органы опеки и попечительства по месту фактического нахождения детей. Орган опеки и попечительства в течение трех дней со дня получения таких сведений обязан провести обследование условий жизни ребенка. При установлении факта отсутствия попечения ребенка родителями или его родственниками орган опеки и попечительства **в течение месяца обязан обеспечить устройство ребенка для дальнейшего содержания и воспитания**. При невозможности устройства ребенка в указанный срок орган опеки и попечительства направляет сведения о таком ребенке в соответствующий орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации. Если этот орган в течение месяца не сможет устроить ребенка, сведения об этом ребенке в соответствии с п. 3 ст. 122 СК РФ должны быть направлены в федеральный орган исполнительной власти, определенный Правительством РФ, для учета в *Государственном банке данных о детях, оставшихся без попечения родителей.* Порядок формирования и пользования Государственным банком о детях, оставшихся без попечения родителей, определяется федеральным законом.

Формы содержания и воспитания детей:

у**сыновление** (удочерение);

опека или попечительство;

передача детей на содержание в воспитательное учреждение для детей-сирот или в приемную семью.

Усыновление, опека (попечительство) и другие формы содержания и воспитания допускаются **только в отношении несовершеннолетних детей. При устройстве ребенка должны учитывается его этническое происхождение, принадлежность к определенной религии, вере, родной язык, возможность обеспечения преемственности в воспитании и образовании, а также возможность обеспечить детям полноценное физическое, психическое, духовное и нравственное развити**е.

Социологи и психологи считают, что только семья является наиболее благоприятной средой формирования личности ребенка. Поэтому лучшим вариантом является сохранение семьи. И лишь при невозможности этого следует искать иные формы содержания и воспитания детей. Наиболее безболезненным для психики ребенка является вариант его усыновления.

Порядок усыновления ребенка определяется в гл. 19 СК РФ. Дела об усыновлении детей рассматриваются судом с обязательным участием самих, усыновителей, органов опеки и попечительства, а также прокурора. Порядок передачи детей на усыновление, а также осуществление контроля за условиями жизни и воспитания детей в семьях усыновителей определяются соответствующими нормативными актами Правительства Российской Федерации.

Усыновителями могут быть совершеннолетние лица обоего пола. Лица, не состоящие между собой в браке, не могут совместно усыновить одного и того же ребенка. Разница в возрасте между усыновителями и усыновляемым должна быть не менее шестнадцати лет. При усыновлении ребенка отчимом (мачехой) наличие разницы в возрасте не требуется. Усыновление ребенка, достигшего **десятилетнего возраста, допускается только с его согласия.**

Не имеют право быть усыновителями:

1) лица, признанные судом недееспособными или ограниченно дееспособными;

2) супруги, один из которых признан судом недееспособным или ограниченно дееспособным;

3) лица, лишенные по суду родительских прав или ограниченные в родительских правах;

4) лица, отстраненные от обязанностей опекуна (попечителя) за ненадлежащее выполнение возложенных на них обязанностей;

5) бывшие усыновители, если усыновление отменено по их вине;

6) лица, которые по состоянию здоровья не могут осуществлять родительские права и обязанности;

7) лица, не имеющие дохода, обеспечивающего усыновляемому ребенку прожиточный минимум, установленный в субъекте Российской Федерации, на территории которого проживает усыновитель;

8) лица, не имеющие постоянного места жительства, а также жилого помещения, отвечающего установленным санитарным и техническим требованиям;

9) лица, имеющие на момент установления усыновления судимость за умышленное преступление против жизни и здоровья граждан.

При наличии нескольких лиц, желающих усыновить одного и того же ребенка, преимущественное право предоставляется родственникам ребенка с учетом перечисленных условий.

Для усыновления ребенка необходимо согласие его родителей, которое должно быть выражено в нотариально удостоверенном заявлении либо может быть выражено непосредственно в суде при производстве усыновления.

Не требуется согласие родителей ребенка на его усыновление в следующих случаях:

если родители неизвестны или признаны судом безвестно отсутствующими;

если родители лишены судом родительских прав;

если родители по причинам, признанным судом неуважительными, более шести месяцев не проживают совместно с ребенком и уклоняются от его воспитания и содержания.

За усыновленным ребенком могут быть сохранены его фамилия, имя и отчество, если усыновитель не выразит желания изменить фамилию и отчество ребенка. За усыновленным ребенком также сохраняются права на пенсию и пособия, полагающиеся ему в связи со смертью родителей. **Усыновленные дети и их потомство *приобретают* все имущественные и неимущественные права в отношении усыновителей и их родственников, а в отношении своих родителей *утрачивают* все имущественные и неимущественные права и освобождаются от обязанностей.**

В интересах ребенка может быть установлена тайна усыновления, охраняемая законом. За разглашение тайны усыновления предусматривается уголовная ответственность в соответствии со ст. 155 УК РФ (штраф 100-200 МРОТ- арест 4 мес). За незаконное усыновление предусмотрена ответственность по ст. 154 УК РФ (штраф от 50 до 100 МРОТ- арест до 6 мес).

При наличии оснований, предусмотренных ст. 141 СК РФ, усыновление может быть отменено судом исходя из интересов ребенка и с учетом мнения ребенка. При отмене усыновления ребенка взаимные права и обязанности усыновленного и усыновителей прекращаются, и если этого требуют интересы ребенка, он может быть передан своим родителям. При этом взаимные права и обязанности родителей и детей восстанавливаются. При отсутствии родителей либо, если передача ребенка родителям противоречит его интересам, ребенок передается на попечение органа опеки и попечительства. На бывших усыновителей может быть возложена обязанность выплачивать средства на содержание ребенка.

Опека и попечительство над детьми устанавливается и прекращается в соответствии со ст. 35–40 Гражданского кодекса РФ. Опекунами (попечителями) могут назначаться совершеннолетние **дееспособные лица,** если они не лишены родительских прав и способны выполнять обязанности по содержанию и воспитанию ребенка, а также обеспечивать ему условия для получения образования и всестороннего развития.

До достижения подопечным шестнадцатилетнего возраста опекуны и попечители обязаны проживать с ребенком совместно. С подопечным, достигшим шестнадцатилетнего возраста, опекуны и попечители могут проживать раздельно с разрешения органа опеки и попечительства. Опекун (попечитель**) не вправе препятствовать общению ребенка с родителями** и другими близкими родственниками, за исключением случаев, когда такое общение не отвечает интересам ребенка. Обязанности по опеке и попечительству в отношении ребенка исполняются безвозмездно. **При этом опекуну (попечителю) должны ежемесячно выплачиваться денежные средства** в порядке и размере, установленных Правительством РФ. Опекун (попечитель) может временно передать ребенка в воспитательное учреждение, но это не влечет прекращения прав и обязанностей опекуна (попечителя) в отношении своего подопечного. **Детям, находящимся на полном государственном попечении в воспитательных учреждениях, опекуны и попечители не назначаются.** Выполнение опекунских (попечительских) обязанностей возлагается на администрации воспитательных учреждений. Попечительство над детьми прекращается без особого решения по достижении подопечными восемнадцати лет, а также при их вступлении в брак до восемнадцати лет. Защита прав выпускников воспитательных учреждений возлагается на органы опеки и попечительства.

Приемная семья как одна из форм содержания детей, оставшихся без попечения родителей, образуется на основании договора о передаче ребенка на воспитание в семью. Договор о передаче ребенка заключается между органом опеки и попечительства и приемными родителями. Подбор приемных родителей осуществляется органами опеки и попечительства при соблюдении требований, предъявляемых к усыновителям, опекунам и попечителям.

Содержание договора о передаче ребенка на воспитание в семью **должно включать в себя перечень условий воспитания и образования ребенка;**

права и обязанности приемных родителей; **обязанности органа опеки** и попечительства по **отношению к приемной семье; срок действия договора; основания** и последствия прекращения договора.

Данный договор может быть расторгнут досрочно по инициативе приемных родителей (вследствие болезни родителей, изменения семейного положения, отсутствия взаимопонимания с ребенком и т. д.), а также по инициативе органа опеки и попечительства в случае возникновения в приемной семье неблагоприятных условий воспитания и образования ребенка, либо в случае возвращения ребенка родителям, либо в случае усыновления ребенка. Приемные родители по отношению к принятому на воспитание ребенку обладают правами и обязанностями опекуна (попечителя). Размер оплаты труда приемных родителей и льготы, предоставляемые

приемной семье, устанавливаются законами субъектов Российской Федерации в зависимости от количества принятых на воспитание детей.

Наследственное право является одним из старейших институтов права, **представляющих совокупность норм регулирующих отношения, связанные с переходом прав и обязанностей умершего к другим лица**.

Наследственное право исходит из сочетания двух основополагающих и тесно взаимосвязанных **принципов свободы завещания и охраны интересов семьи**.

При наследовании имущество умершего (наследство, наследственное имущество) **переходит к другим лицам в порядке универсального правопреемства**, то есть в неизменном виде как единое целое и в один и тот же момент, если из правил настоящего Кодекса не следует иное.

В состав наследства входят **принадлежавшие наследодателю на день открытия** (=день смерти. При объявлении гражданина умершим (отсутствует 5 лет, при вероятной гибели- 6 мес.) днем открытия наследства является день вступления в законную силу решения суда об объявлении гражданина умершим, а в случае, когда днем смерти гражданина признан день его предполагаемой гибели, - день смерти, указанный в решении суда) **наследства вещи, иное имущество, в том числе имущественные права и обязанности.**

(Не входят в состав наследства права и обязанности, неразрывно связанные с личностью наследодателя, в частности право на алименты, право на возмещение вреда, причиненного жизни или здоровью гражданина. Не входят в состав наследства личные неимущественные права и другие нематериальные блага.)

Днем открытия наследства является день смерти гражданина. (Граждане, умершие в один и тот же день, считаются в целях наследственного правопреемства умершими одновременно и не наследуют друг после друга.)

Местом открытия наследства является последнее место жительства наследодателя.

(Если последнее место жительства наследодателя, обладавшего имуществом на территории РФ, неизвестно или находится за ее пределами, местом открытия наследства в Российской Федерации признается место нахождения такого наследственного имущества. Если такое наследственное имущество находится в разных местах, местом открытия наследства является место нахождения входящих в его состав недвижимого имущества или наиболее ценной части недвижимого имущества, а при отсутствии недвижимого имущества - место нахождения движимого имущества или его наиболее ценной части. Ценность имущества определяется исходя из его рыночной стоимости.)

К **наследованию могут призываться граждане, находящиеся в живых в день открытия наследства, а также зачатые при жизни** наследодателя и **родившиеся живыми п**осле открытия наследства.

(К наследованию по завещанию могут призываться также указанные в нем юридические лица, существующие на день открытия наследства, РФ, субъекты РФ, муниципальные образования, иностранные государства и международные организации, а к наследованию по закону - Российская Федерация в соответствии со статьей 1151 (выморочное имущество) настоящего Кодекса.

Не наследуют ни по закону, ни по завещанию граждане, которые своими умышленными противоправными действиями, направленными против наследодателя, кого-либо из его наследников или против осуществления последней воли наследодателя, выраженной в за-

вещании, **способствовали либо пытались способствовать призванию их самих или других лиц к наследованию либо способствовали или пытались** способствовать увеличению причитающейся им или другим лицам доли наследства, если **эти обстоятельства подтверждены в судебном порядке – это недостойные наследники.**

(Однако граждане, которым наследодатель после утраты ими права наследования завещал имущество, вправе наследовать это имущество.)

Не наследуют по закону родители после детей, в отношении которых родители были в судебном порядке лишены родительских прав и не восстановлены в этих правах ко дню открытия наследства.

По требованию заинтересованного лица суд отстраняет от наследования по закону граждан, злостно уклонявшихся от выполнения лежавших на них в силу закона обязанностей по содержанию наследодателя.

2. Виды наследования

Существуют 2 вида наследования: по завещанию и по закону.

Глава 62. НАСЛЕДОВАНИЕ ПО ЗАВЕЩАНИЮ

Распорядиться имуществом на случай смерти можно только путем **совершения завещания**.

Завещание может быть совершено гражданином, обладающим в момент его совершения **дееспособностью в полном объеме**.

Завещание должно быть **совершено лично** (Совершение завещания через представителя не допускается. В завещании могут содержаться распоряжения только одного гражданина. Совершение завещания двумя или более гражданами не допускается.).

Завещание является **односторонней сделкой**, которая создает права и обязанности после открытия наследства.

Свобода завещания: Завещатель вправе **по своему усмотрению** завещать имущество любым лицам, любым образом определить доли наследников в наследстве, лишить наследства одного, нескольких или всех наследников по закону, не указывая причин такого лишения, а также включить в завещание иные распоряжения, предусмотренные правилами настоящего Кодекса о наследовании, отменить или изменить совершенное завещание.

Завещатель не обязан сообщать кому-либо о содержании, совершении, об изменении или отмене завещания.

(Свобода завещания ограничивается правилами об обязательной доле в наследстве (статья 1149).

Завещатель вправе совершить завещание, содержащее распоряжение о любом **имуществе**, в том числе о том, которое он может **приобрести в будущем**.

Завещатель может распорядиться своим имуществом или какой-либо его частью, **составив одно или несколько завещаний**.

Завещатель может совершить завещание в пользу одного или нескольких лиц, как входящих, так и не входящих в круг наследников по закону.

Завещатель может указать в завещании другого наследника (**подназначить наследника**) на случай, **если назначенный им в завещании наследник или наследник завещателя по закону умрет** до открытия наследства, либо одновременно с завещателем, либо после открытия наследства, не успев его принять, либо не примет наследство по другим причинам или откажется от него, либо не будет иметь право наследовать или будет отстранен от наследования как недостойный.

Доли наследников в завещанном имуществе:

Имущество, завещанное двум или нескольким наследникам **без указания их долей** в наследстве и без указания того, какие входящие в состав наследства вещи или права кому из наследников предназначаются, считается завещанным наследникам **в равных долях**.

(Указание в завещании на части неделимой вещи (статья 133), предназначенные каждому из наследников в натуре, не влечет за собой недействительность завещания. Такая вещь считается завещанной в долях, соответствующих стоимости этих частей. Порядок пользования наследниками этой неделимой вещью устанавливается в соответствии с предназначенными им в завещании частями этой вещи.

В свидетельстве о праве на наследство в отношении неделимой вещи, завещанной по частям в натуре, доли наследников и порядок пользования такой вещью при согласии наследников указываются в соответствии с настоящей статьей. В случае спора между наследниками их доли и порядок пользования неделимой вещью определяются судом.)

Тайна завещания:

Нотариус, другое удостоверяющее завещание лицо, переводчик, исполнитель завещания, свидетели, а также гражданин, подписывающий завещание вместо завещателя, **не вправе до открытия наследства разглашать сведения**, касающиеся содержания завещания, его совершения, изменения или отмены.

(В случае нарушения тайны завещания завещатель вправе потребовать компенсацию морального вреда, а также воспользоваться другими способами защиты гражданских прав, предусмотренными настоящим Кодексом).

Завещание должно быть составлено в 1) письменной форме и 2) удостоверено нотариусом (Несоблюдение установленных настоящим Кодексом правил о письменной форме завещания и его удостоверении влечет за собой **недействительность завещания**).

Нотариально удостоверенное завещание **должно быть написано завещателем или записано с его слов нотариусом.** При написании или записи завещания могут быть использованы технические средства (электронно-вычислительная машина, пишущая машинка и другие).

(Завещание, записанное нотариусом со слов завещателя, до его подписания должно быть полностью прочитано завещателем в присутствии нотариуса. Если завещатель не в состоянии лично прочитать завещание, его текст оглашается для него нотариусом, о чем на завещании делается соответствующая надпись с указанием причин, по которым завещатель не смог лично прочитать завещание).

Завещание должно быть собственноручно подписано завещателем.

(Если завещатель в силу физических недостатков, тяжелой болезни или неграмотности не может собственноручно подписать завещание, оно по его просьбе может быть подписано другим гражданином в присутствии нотариуса. В завещании должны быть указаны причины, по которым завещатель не мог подписать завещание собственноручно, а также фамилия, имя, отчество и место жительства гражданина, подписавшего завещание по просьбе завещателя, в соответствии с документом, удостоверяющим личность этого гражданина.)

При составлении и нотариальном удостоверении завещания по желанию завещателя **может присутствовать свидетель**.

(Если завещание составляется и удостоверяется в присутствии свидетеля, оно должно быть им подписано и на завещании должны быть указаны фамилия, имя, отчество и место жительства свидетеля в соответствии с документом, удостоверяющим его личность.

Нотариус обязан предупредить свидетеля, а также гражданина, подписывающего завещание вместо завещателя, о необходимости соблюдать тайну завещания (статья 1123).)

При удостоверении завещания нотариус обязан разъяснить завещателю содержание статьи 1149 (право на обязательную долю) и сделать об этом на завещании соответствующую надпись.

Составление завещания в простой письменной форме допускается только в виде исключения в случаях, предусмотренных статьей 1129 ГК, здесь речь идет о **Завещании в чрезвычайных обстоятельствах:**

Гражданин, который **находится в положении, явно угрожающем его жизни,** и в силу сложившихся чрезвычайных обстоятельств лишен возможности совершить завещание в соответствии со всеми правилами, **может изложить последнюю волю в отношении своего имущества в простой письменной форме**.

Изложение гражданином последней воли в простой письменной форме признается его завещанием, если завещатель в **присутствии двух свидетелей собственноручно написал и подписал документ**, из содержания которого следует, что он представляет собой завещание.

Такое завещание, утрачивает силу, если завещатель в течение месяца после прекращения этих обстоятельств не воспользуется возможностью совершить завещание в надлежащей форме.

(Завещание, совершенное в чрезвычайных обстоятельствах, подлежит исполнению только при условии подтверждения судом по требованию заинтересованных лиц факта совершения завещания в чрезвычайных обстоятельствах. Указанное требование должно быть заявлено до истечения срока, установленного для принятия наследства).

В случае **при составлении, подписании, удостоверении завещания или при передаче завещания нотариусу присутствуют свидетели, не могут быть такими свидетелями** и не могут подписывать завещание вместо завещателя:

- нотариус или другое удостоверяющее завещание лицо;
- лицо, в пользу которого составлено завещание или сделан завещательный отказ, супруг такого лица, его дети и родители;
- граждане, не обладающие дееспособностью в полном объеме;

неграмотные;

- граждане с такими физическими недостатками, которые явно не позволяют им в полной мере осознавать существо происходящего;
- лица, не владеющие в достаточной степени языком, на котором составлено завещание, за исключением случая, когда составляется закрытое завещание.

На завещании должны быть **указаны место и дата его удостоверения**, за исключением случая составления **закрытого завещания**. (когда Завещатель вправе совершить завещание, не предоставляя при этом другим лицам, в том числе нотариусу, возможности ознакомиться с его содержанием (закрытое завещание).

Закрытое завещание должно быть собственноручно написано и подписано завещателем. Несоблюдение этих правил влечет за собой недействительность завещания.

Закрытое завещание в заклеенном конверте передается завещателем нотариусу в присутствии двух свидетелей, которые ставят на конверте свои подписи. Конверт, подписанный свидетелями, запечатывается в их присутствии нотариусом в другой конверт, на котором нотариус делает надпись, содержащую сведения о завещателе, от которого нотариусом принято закрытое завещание, месте и дате его принятия, фамилии, об имени, отчестве и о месте жительства каждого свидетеля в соответствии с документом, удостоверяющим личность.

Принимая от завещателя конверт с закрытым завещанием, нотариус обязан разъяснить завещателю содержание пункта 2 настоящей статьи и статьи 1149 (об обязательной доле) и сде-

лать об этом соответствующую надпись на втором конверте, а также выдать завещателю документ, подтверждающий принятие закрытого завещания.

По представлении свидетельства о смерти лица, совершившего закрытое завещание, нотариус не позднее чем через пятнадцать дней со дня представления свидетельства вскрывает конверт с завещанием в присутствии не менее чем двух свидетелей и пожелавших при этом присутствовать заинтересованных лиц из числа наследников по закону. После вскрытия конверта текст содержащегося в нем завещания сразу же оглашается нотариусом, после чего нотариус составляет и вместе со свидетелями подписывает протокол, удостоверяющий вскрытие конверта с завещанием и содержащий полный текст завещания. Подлинник завещания хранится у нотариуса. Наследникам выдается нотариально удостоверенная копия протокола)

Кроме того, существуют так называемые **Завещания, приравниваемые к нотариально удостоверенным завещаниям.** К ним относятся:

1) завещания граждан, находящихся на излечении в больницах, госпиталях, других стационарных лечебных учреждениях или проживающих в домах для престарелых и инвалидов, удостоверенные главными врачами, их заместителями по медицинской части или дежурными врачами этих больниц, госпиталей и других стационарных лечебных учреждений, а также начальниками госпиталей, директорами или главными врачами домов для престарелых и инвалидов;

2) завещания граждан, находящихся во время плавания на судах, плавающих под Государственным флагом Российской Федерации, удостоверенные капитанами этих судов;

3) завещания граждан, находящихся в разведочных, арктических или других подобных экспедициях, удостоверенные начальниками этих экспедиций;

4) завещания военнослужащих, а в пунктах дислокации воинских частей, где нет нотариусов, также завещания работающих в этих частях гражданских лиц, членов их семей и членов семей военнослужащих, удостоверенные командирами воинских частей;

5) завещания граждан, находящихся в местах лишения свободы, удостоверенные начальниками мест лишения свободы.

Завещание, приравненное к нотариально удостоверенному завещанию, **должно быть подписано завещателем в присутствии лица, удостоверяющего завещание, и свидетеля, также подписывающего завещание**.

(такое Завещание, должно быть, как только для этого представится возможность, направлено лицом, удостоверившим завещание, через органы юстиции нотариусу по месту жительства завещателя. Если лицу, удостоверившему завещание, известно место жительства завещателя, завещание направляется непосредственно соответствующему нотариусу.

Если в каком-либо из случаев, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи, гражданин, намеревающийся совершить завещание, высказывает желание пригласить для этого нотариуса и имеется разумная возможность выполнить это желание, лица, которым в соответствии с указанным пунктом предоставлено право удостоверить завещание, обязаны принять все меры для приглашения к завещателю нотариуса.)

Завещатель вправе отменить (полностью или частично) или изменить составленное им завещание в любое время после его совершения, не указывая при этом причины его отмены или изменения.

(Последующее завещание, не содержащее прямых указаний об отмене прежнего завещания или отдельных содержащихся в нем завещательных распоряжений, отменяет это

прежнее завещание полностью или в части, в которой оно противоречит последующему завещанию.

В случае недействительности последующего завещания наследование осуществляется в соответствии с прежним завещанием.

Завещанием, совершенным в чрезвычайных обстоятельствах (статья 1129), может быть отменено или изменено только такое же завещание.

Завещательным распоряжением в банке (статья 1128) может быть отменено или изменено только завещательное распоряжение правами на денежные средства в соответствующем банке.)

Завещание может быть отменено также посредством распоряжения о его отмене (нотариально удостоверенное, в письменной форме).

В случае несоблюдения положений по составлению завещания или если положения завещания нарушают законные права лиц, оно **признаётся недействительным (полностью или частично)**: оспоримым (в силу признания его таковым в суде) или ничтожным (независимо от такого признания)

Не могут служить основанием недействительности завещания описки и другие незначительные нарушения порядка его составления, подписания или удостоверения, если судом установлено, что они не влияют на понимание волеизъявления завещателя.

При толковании завещания нотариусом, исполнителем завещания или судом принимается во внимание **буквальный смысл** содержащихся в нем слов и выражений.

(В случае неясности буквального смысла какого-либо положения завещания он устанавливается путем сопоставления этого положения с другими положениями и смыслом завещания в целом).

Исполнение завещания осуществляется **наследниками** по завещанию, за исключением случаев, когда его исполнение полностью **или** в определенной части осуществляется **исполнителем завещания** (статья 1134).

(Завещатель может поручить исполнение завещания указанному им в завещании гражданину - душеприказчику (исполнителю завещания) независимо от того, является ли этот гражданин наследником.

Согласие гражданина быть исполнителем завещания выражается:

1- собственноручной надписи на самом завещании,

2- -//- в заявлении, приложенном к завещанию, или в заявлении, поданном нотариусу в течение месяца со дня открытия наследства.

3- если в течение месяца со дня открытия наследства фактически приступил к исполнению завещания.

Полномочия исполнителя завещания , если в завещании не указано другое(основываются на завещании и удостоверяются свидетельством, выдаваемым нотариусом):

1) обеспечить переход к наследникам причитающегося им наследственного имущества в соответствии с выраженной в завещании волей наследодателя и законом;

2) принять самостоятельно или через нотариуса меры по охране наследства и управлению им в интересах наследников;

3) получить причитающиеся наследодателю денежные средства и иное имущество для передачи их наследникам, если это имущество не подлежит передаче другим лицам (пункт 1 статьи 1183);

4) исполнить завещательное возложение либо требовать от наследников исполнения завещательного отказа (статья 1137) или завещательного возложения (статья 1139).

5) Исполнитель завещания вправе от своего имени вести дела, связанные с исполнением завещания, в том числе в суде, других государственных органах и государственных учреждениях.

Исполнитель завещания имеет право на возмещение за счет наследства необходимых расходов, связанных с исполнением завещания, а также на получение сверх расходов вознаграждения за счет наследства, если это предусмотрено завещанием.).

Кроме того, Завещатель вправе возложить на одного или нескольких наследников (по завещанию или по закону) исполнение за счет наследства какой-либо обязанности имущественного характера в пользу одного или нескольких лиц (**отказополучателей**), которые приобретают право требовать исполнения этой обязанности (**завещательный отказ**).

При этом, Предметом завещательного отказа может быть передача отказополучателю в собственность, во владение на ином вещном праве или в пользование вещи, входящей в состав наследства, передача отказополучателю входящего в состав наследства имущественного права, приобретение для отказополучателя и передача ему иного имущества, выполнение для него определенной работы или оказание ему определенной услуги либо осуществление в пользу отказополучателя периодических платежей и тому подобное.

(В частности, на наследника, к которому переходит жилой дом, квартира или иное жилое помещение, завещатель может возложить обязанность предоставить другому лицу на период жизни этого лица или на иной срок право пользования этим помещением или его определенной частью).

Право на получение завещательного отказа действует в течение трех лет со дня открытия наследства и не переходит к другим лицам. (Однако отказополучателю в завещании может быть подназначен другой отказополучатель на случай, если назначенный в завещании отказополучатель умрет до открытия наследства или одновременно с наследодателем, либо откажется от принятия завещательного отказа или не воспользуется своим правом на получение завещательного отказа).

Исполнение завещательного отказа – наследник, на которого завещателем возложен завещательный отказ, должен исполнить его в пределах стоимости перешедшего к нему наследства за вычетом приходящихся на него долгов завещателя.

(Если наследник, на которого возложен завещательный отказ, имеет право на обязательную долю в наследстве, его обязанность исполнить отказ ограничивается стоимостью перешедшего к нему наследства, которая превышает размер его обязательной доли).

Завещатель может в завещании возложить на одного или нескольких наследников по завещанию или по закону обязанность совершить какое-либо действие имущественного или неимущественного характера, направленное на осуществление общеполезной цели (**завещательное возложение**). (Завещатель вправе также возложить на одного или нескольких наследников обязанность содержать принадлежащих завещателю домашних животных, а также осуществлять необходимый надзор и уход за ними).

Завещательные распоряжения правами на денежные средства в банках:

Права на денежные средства, внесенные гражданином во вклад или находящиеся на любом другом счете гражданина в банке, могут быть по усмотрению гражданина завещаны либо в порядке, предусмотренном Кодексом, либо посредством совершения завещательного распоряжения в письменной форме в том филиале банка, в котором находится этот счет. В отношении средств, находящихся на счете, такое завещательное распоряжение имеет силу нотариально удостоверенного завещания.

Наследники по закону призываются к наследованию в порядке очередности, при чем наследники каждой последующей очереди наследуют, если нет наследников предшествующих очередей (Наследники одной очереди наследуют в равных долях, за исключением наследников, наследующих по праву представления (т.е. когда Доля наследника по закону, умершего до открытия наследства или одновременно с наследодателем, переходит по праву представления к его соответствующим и делится между ними поровну).

Наследники первой очереди- дети, супруг и родители наследодателя.

(Внуки наследодателя и их потомки наследуют по праву представления).

Наследники второй очереди- полнородные и неполнородные братья и сестры наследодателя, его дедушка и бабушка.

(Дети полнородных и неполнородных братьев и сестер наследодателя (племянники и племянницы наследодателя) наследуют по праву представления).

Наследники третьей очереди- полнородные и неполнородные братья и сестры родителей наследодателя (дяди и тети наследодателя).

(Двоюродные братья и сестры наследодателя наследуют по праву представления).

Наследники четвертой очереди родственники третьей степени родства - прадедушки и прабабушки наследодателя;

Наследников пятой очереди родственники четвертой степени родства - дети родных племянников и племянниц наследодателя (двоюродные внуки и внучки) и родные братья и сестры его дедушек и бабушек (двоюродные дедушки и бабушки);

Наследников шестой очереди родственники пятой степени родства - дети двоюродных внуков и внучек наследодателя (двоюродные правнуки и правнучки), дети его двоюродных братьев и сестер (двоюродные племянники и племянницы) и дети его двоюродных дедушек и бабушек (двоюродные дяди и тети).

Наследников седьмой очереди по закону призываются пасынки, падчерицы, отчим и мачеха наследодателя.

!!! Граждане, относящиеся к наследникам по закону, нетрудоспособные ко дню открытия наследства, но не входящие в круг наследников той очереди, которая призывается к наследованию, **наследуют по закону вместе и наравне с наследниками этой очереди,** если не менее года до смерти наследодателя находились на его иждивении, независимо от того, проживали они совместно с наследодателем или нет.

Кроме того, к наследникам по закону относятся граждане, которые не входят в круг наследников, но ко дню открытия наследства являлись нетрудоспособными и не менее года до смерти наследодателя находились на его иждивении и проживали совместно с ним. При наличии других наследников по закону они наследуют вместе и наравне с наследниками той очереди, которая призывается к наследованию.

Право на обязательную долю в наследстве:

Несовершеннолетние или нетрудоспособные дети наследодателя, его нетрудоспособные супруг и родители, а также нетрудоспособные иждивенцы наследодателя, наследуют независимо от содержания завещания не менее половины доли, которая причиталась бы каждому из них при наследовании по закону (**обязательная доля**).

(Если осуществление права на обязательную долю в наследстве повлечет за собой невозможность передать наследнику по завещанию имущество, которым наследник, имеющий право на обязательную долю, при жизни наследодателя не пользовался, а наследник по завещанию пользовался для проживания (жилой дом, квартира, иное жилое помещение, дача и тому подобное) или использовал в качестве основного источника получения средств к существованию (орудия труда, творческая мастерская и тому подобное), суд может с учетом имущественного положения наследников, имеющих право на обязательную долю, уменьшить размер обязательной доли или отказать в ее присуждении).

Принадлежащее пережившему супругу наследодателя в силу завещания или закона право наследования не умаляет его права на часть имущества, нажитого во время брака с наследодателем и являющегося их совместной собственностью.

В случае, если отсутствуют наследники как по закону, так и по завещанию, либо никто из наследников не имеет права наследовать или все наследники отстранены от наследования, либо никто из наследников не принял наследства, либо все наследники отказались от наследства и при этом никто из них не указал, что отказывается в пользу другого наследника, **имущество умершего считается выморочным. Оно** в порядке наследования по закону в собственность Российской Федерации.

Для приобретения наследства наследник должен его принять.

(Для приобретения выморочного имущества принятие наследства не требуется).

При этом, принятие наследником части наследства означает принятие всего причитающегося ему наследства.

Не допускается принятие наследства под условием или с оговорками.

Способы принятия наследства (Принятие наследства осуществляется подачей по месту открытия наследства нотариусу или уполномоченному в соответствии с законом выдавать свидетельства о праве на наследство должностному лицу заявления наследника о принятии наследства либо заявления наследника о выдаче свидетельства о праве на наследство**):**

1- если наследник вступил во владение или в управление наследственным имуществом;

2- принял меры по сохранению наследственного имущества, защите его от посягательств или притязаний третьих лиц;

3- произвел за свой счет расходы на содержание наследственного имущества;

4- оплатил за свой счет долги наследодателя или получил от третьих лиц причитавшиеся наследодателю денежные средства.

Срок принятия наследства: наследство может быть принято в течение **шести месяцев** со дня открытия наследства. (По заявлению наследника, пропустившего срок, установленный для принятия наследства, суд может восстановить этот срок и признать наследника принявшим наследство, если наследник не знал и не должен был знать об открытии наследства или пропустил этот срок по другим уважительным причинам и при условии, что наследник, пропустивший срок, установленный для принятия наследства, обратился в суд в течение шести месяцев после того, как причины пропуска этого срока отпали).

Наследник вправе отказаться от наследства в пользу других лиц (из числа наследников по завещанию или наследников по закону любой очереди, не лишенных наследства) или без указания лиц, в пользу которых он отказывается от наследственного имущества.

Отказ от наследства не может быть впоследствии изменен или взят обратно.

Не допускается также отказ от наследства с оговорками или под условием.

Способы отказа от наследства: Отказ от наследства совершается подачей по месту открытия наследства нотариусу или уполномоченному в соответствии с законом выдавать свидетельства о праве на наследство должностному лицу заявления наследника об отказе от наследства**.**

Если наследник не примет наследство, откажется от наследства, не указав при этом, что отказывается в пользу другого наследника (статья 1158), не будет иметь права наследовать или будет отстранен от наследования, либо вследствие недействительности завещания, **часть наследства, которая причиталась бы такому отпавшему наследнику, переходит к наследникам по закону, призванным к наследованию, пропорционально** их наследственным долям.

По заявлению наследника выдается **Свидетельство о праве на наследство** (по месту открытия наследства нотариусом или уполномоченным в соответствии с законом совершать такое нотариальное действие должностным лицом). Свидетельство о праве на наследство выдается наследникам **в любое время по истечении шести месяцев со дня открытия наследства**.

Охрана интересов ребенка при разделе наследства: при наличии зачатого, но еще не родившегося наследника раздел наследства может быть осуществлен только после рождения такого наследника.

Преимущественное право на неделимую вещь при разделе наследства : наследник, обладавший совместно с наследодателем правом общей собственности на неделимую вещь либо наследник, постоянно пользовавшийся неделимой вещью, входящей в состав наследства, доля в праве на которую входит в состав наследства, имеет при разделе наследства преимущественное право на получение в счет своей наследственной доли вещи, находившейся в общей собственности, перед наследниками, которые ранее не являлись участниками общей собственности, независимо от того, пользовались они этой вещью или нет.

Наследник, проживавший на день открытия наследства совместно с наследодателем, имеет при разделе наследства преимущественное право на получение в счет своей наследственной доли предметов обычной домашней обстановки и обихода.

Охрана наследства и управление им

Для защиты прав наследников, отказополучателей и других заинтересованных лиц исполнителем завещания или нотариусом по месту открытия наследства принимаются меры по охране наследства и управлению им:

1. производит опись наследственного имущества в присутствии двух свидетелей.

2. Входящие в состав наследства наличные деньги вносятся в депозит нотариуса, а валютные ценности, драгоценные металлы и камни, изделия из них и не требующие управления ценные бумаги передаются банку на хранение .

3. Если нотариусу стало известно, что в состав наследства входит оружие, он уведомляет об этом органы внутренних дел.

4. Входящее в состав наследства и не указанное в пунктах 2 и 3 настоящей статьи имущество, если оно не требует управления, передается нотариусом по договору на хранение кому-либо из наследников, а при невозможности передать его наследникам - другому лицу по усмотрению нотариуса.

Если в составе наследства имеется имущество, требующее не только охраны, но и управления (предприятие, доля в уставном (складочном) капитале хозяйственного товарищества или общества, ценные бумаги, исключительные права и тому подобное), **нотариус в качестве учредителя доверительного управления заключает договор доверительного управления этим имуществом**.

Необходимые расходы, вызванные предсмертной болезнью наследодателя, расходы на его достойные похороны, включая необходимые расходы на оплату **места погребения наследодателя**, **расходы на охрану наследства и управление им,** а также расходы, связанные с исполнением завещания, возмещаются **за счет наследства в пределах его стоимости**.

Тема лекционного занятия: «Основные положения трудового права РФ»

Цели занятия: сформировать общее представление о трудовом праве РФ.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Трудовое право – это отрасль права, которая регулирует порядок возникновения, действия и прекращения трудовых отношений, определяет режим совместного труда работников, устанавливает меру труда, правила по охране труда и порядок рассмотрения трудовых споров.

Трудовое право регулирует общественные отношения, которые возникают по поводу применения и реализации способности к труду.

Предметом трудового права являются **трудовые отношения, возникающие при применении работником своей способности к труду в процессе трудовой деятельности, а также другие общественные отношения, связанные с трудовыми**. К ним относятся:

отношения между работником и работодателем;

организационно-управленческие отношения профсоюзного органа, представляющего интересы трудового коллектива, с администрацией предприятия по поводу улучшения условий труда, быта и отдыха работников;

отношения по перераспределению рабочей силы;

отношения по поводу занятости и трудоустройства;

отношения, связанные с возмещением материального ущерба;

процессуальные отношения, возникающие при разрешении трудовых споров.

Метод трудового права имеет комплексный характер, так как сочетает в себе элементы диспозитивного и императивного воздействия на субъектов трудовых отношений. Основные черты этого метода могут быть представлены в следующем виде:

1. Вовлечение граждан в общественное производство идет не с помощью директивного предписания, а на основе свободной заинтересованности, т. е. путем предоставления участни-

кам трудовых отношений договорной свободы. Добровольный и договорный характер трудовых отношений закреплен в ст. 37 Конституции РФ.

2. Трудовым отношениям, как и гражданско-правовым, присуще *юрч-дческое равенство сторон.* Однако трудовые отношения помимо этого связаны с властно-распорядительными отношениями между работником и руководящими органами предприятия, что создаст ситуацию неравенства сторон и сближает трудовые отношения с административными. В то же время трудовые отношения в гораздо большей степени строятся на гражданско-правовой основе, а юридическое неравенство сторон трудовых отношений проявляется не столько в зависимости работника от администрации предприятия, сколько в государственных гарантиях защиты интересов работников перед работодателем.

3. Трудовое право характеризуется *сочетанием централизованного и локального регулирования.* В локальных актах, принимаемых по соглашению сторон, определятся распорядок рабочего дня, устанавливается время отдыха (перерыва), согласуются графики отпусков и другие вопросы, детально регламентирующие условия труда работников. Важно, чтобы нормы локальных актов не противоречили федеральному законодательству.

4. Специфика метода трудового права проявляется также в характере санкций, применяемых как средство исполнения обязанностей сторон трудовых правоотношений. *Применение санкций и защита прав работников осуществляются* во *внесудебном порядке, за исключением вопросов, связанных с восстановлением* на *работе работников.* Меры ответственности по трудовому праву имеют имущественно-дисциплинарный характер. К ним относятся замечание, выговор, лишение премиальной оплаты и другие неблагоприятные последствия вплоть до увольнения или освобождения от должности.

Источники трудового права представляют собой акты, содержащие правовые нормы, посредством которых регулируются трудовые отношения.

Согласно ст. 5 ТК регулирование трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений в соответствии с Конституцией РФ, федеральными конституционными законами осуществляется:

1. Трудовым законодательством (включая законодательство об охране труда), состоящим из:

Трудового кодекса РФ от 30 дек 2001г. ;

иных федеральных законов и законов субъектов РФ, содержащих нормы трудового права.

К иным федеральным законам относятся законы "О занятости населения в РФ", "О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности", "О российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений", "Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний", "О минимальном размере оплаты труда", "Об объединениях работодателей" и другие.

К законам субъектов РФ относятся, в частности, законы Тверской области "О развитии и совершенствовании профориентационной работы молодежи и незанятого населения", "О квотировании рабочих мест", "О трехсторонних комиссиях по регулированию социально-трудовых отношений в Тверской области" и другие.

2. Иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права:

указами Президента РФ;

постановлениями Правительства РФ и нормативными правовыми актами федеральных органов исполнительной власти;

нормативными правовыми актами органов исполнительной власти субъектов РФ;

нормативными правовыми актами органов местного самоуправления;

локальными нормативными актами (сюда относятся- Коллективный договор - правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения в организации или у индивидуального предпринимателя и заключаемый работниками и работодателями в лице их представителей (ст. 40 ТК).

Соглашение - правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения и устанавливающий общие принципы регулирования связанных с ними экономических отношений, заключаемый между полномочными представителями работников и работодателей на федеральном, межрегиональном, региональном, отраслевом (межотраслевом) и территориальном уровнях социального партнерства в пределах их компетенции (ст. 45 ТК) и иные акты).

Особое место среди источников трудового права занимают акты Международной организации труда (МОТ). Российская Федерация признала действие на своей территории пятидесяти конвенций МОТ (

1) Конвенция N 29 1930 г. "О принудительном или обязательном труде";

2) Конвенция N 87 1948 г. "О свободе ассоциации и защите права на организацию";

3) Конвенция N 98 1949 г. "О применении принципов права на организацию и на ведение коллективных переговоров";

4) Конвенция N 100 1951 г. "О равном вознаграждении мужчин и женщин за труд равной ценности";

5) Конвенция N 105 1957 г. "Об упразднении принудительного труда";

6) Конвенция N 111 1958 г. "О дискриминации в области труда и занятий";

7) Конвенция N 138 1973 г. "О минимальном возрасте для приема на работу";

8) Конвенция N 182 1999 г. "О наихудших формах детского труда»).

Женевская декларация (Декларация об основополагающих принципах и правах в сфере труда и механизм ее реализации была принята 18.06.1998 г. в Женеве) к числу фундаментальных принципов международного трудового права отнесла:

1) свободу объединения и действенное признание права на ведение коллективных переговоров;

2) упразднение всех форм принудительного или обязательного труда;

3) действенное запрещение детского труда;

4) недопущение дискриминации в области труда и занятий.

Принципы трудового права - выраженные в этой отрасли исходные начала и основные положения, определяющие его единство, сущность правового регулирования и общую направленность развития отрасли трудового права (ст. 2,3,4 ТК):

1. свобода труда, включая право на труд, который каждый свободно выбирает или на который свободно соглашается, право распоряжаться своими способностями к труду, выбирать профессию и род деятельности;

2. запрещение принудительного труда и дискриминации в сфере труда;

3. защита от безработицы и содействие в трудоустройстве;

4. обеспечение права каждого работника на справедливые условия труда, в том числе на условия труда, отвечающие требованиям безопасности и гигиены, права на отдых, включая ограничение рабочего времени, предоставление ежедневного отдыха, выходных и нерабочих праздничных дней, оплачиваемого ежегодного отпуска;

5. равенство прав и возможностей работников;

6. обеспечение права каждого работника на своевременную и в полном размере выплату справедливой заработной платы, обеспечивающей достойное человека существование для него самого и его семьи, и не ниже установленного федеральным законом минимального размера оплаты труда;

7. обеспечение равенства возможностей работников без всякой дискриминации на продвижение по работе с учетом производительности труда, квалификации и стажа работы по специальности, а также на профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации;

8. обеспечение права работников и работодателей на объединение для защиты своих прав и интересов, включая право работников создавать профессиональные союзы и вступать в них;

9. обеспечение права работников на участие в управлении организацией в предусмотренных законом формах;

10 сочетание государственного и договорного регулирования трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений;

11 социальное партнерство, включающее право на участие работников, работодателей, их объединений в договорном регулировании трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений;

12 обязательность возмещения вреда, причиненного работнику в связи с исполнением им трудовых обязанностей;

13 установление государственных гарантий по обеспечению прав работников и работодателей, осуществление государственного надзора и контроля за их соблюдением;

14 обеспечение права каждого на защиту государством его трудовых прав и свобод, включая судебную защиту;

(обеспечение права на разрешение индивидуальных и коллективных трудовых споров, а также права на забастовку в порядке, установленном настоящим Кодексом и иными федеральными законами);

15 обязанность сторон трудового договора соблюдать условия заключенного договора, включая право работодателя требовать от работников исполнения ими трудовых обязанностей и бережного отношения к имуществу работодателя и право работников требовать от работодателя соблюдения его обязанностей по отношению к работникам, трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права;

16 обеспечение права представителей профессиональных союзов осуществлять профсоюзный контроль за соблюдением трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права;

17 обеспечение права работников на защиту своего достоинства в период трудовой деятельности;

18 обеспечение права на обязательное социальное страхование работников.

19 Каждый имеет равные возможности для реализации своих трудовых прав.

20 Никто не может быть ограничен в трудовых правах и свободах или получать какие-либо преимущества независимо от пола, расы, цвета кожи, национальности, языка, происхождения, имущественного, семейного, социального и должностного положения, возраста, места жительства, отношения к религии, политических убеждений, принадлежности или непринадлежности к общественным объединениям, а также от других обстоятельств, не связанных с деловыми качествами работника.

21 Принудительный труд запрещен.

Функции трудового права определяются задачами, стоящими перед трудовым законодательством.

Регулятивная функция распространяет свое действие на трудовые и связанные с ними отношения.

Содействующая функция состоит в том, что трудовое право не непосредственно выполняет ее, а совместно с другими социальными институтами (правовыми и неправовыми). Трудовое право призвано содействовать: росту производительности труда: улучшению качества работы; повышению эффективности материального производства: подъему материального и культурного уровня жизни населения; укреплению трудовой дисциплины; постепенному превращению труда на благо общества в первую жизненную необходимость каждого трудоспособного человека.

Трудовые отношения составляют основное содержание трудового права. По сути дела это общественные отношения, урегулированные нормами трудового права. (в отношениях обязательно присутствуют субъекты)

Субъектами трудового права признаются участники общественных отношений, составляющих предмет трудового права.

Субъекты трудового отношения делятся на основные и дополнительные. Такое деление основано на степени влияния того или иного субъекта на возникновение, действие и прекращение трудовых отношений. ***Основными субъектами*** трудовых отношений являются ***работник*** (ст. 20 ТК, работник - физическое лицо (по общему правилу с 16 лет), вступившее в трудовые отношения с работодателем) ***и работодатель(*** ст. 20 ТК, работодатель - физическое лицо либо юридическое лицо (организация), вступившее в трудовые отношения с работником) .

К *дополнительным субъектам* можно отнести: ***профсоюзы (***Профсоюз - это добровольное общественное объединение граждан, связанных общими производственными, профессиональными интересами по роду их деятельности, создаваемое в целях представительства и защиты их социально-трудовых прав и интересов ***); Объединение работодателей*** - форма некоммерческой организации, основанная на членстве работодателей (юридических и (или) физических лиц); ***юридические службы*** *на предприятии и другие структуры, обеспечивающие нормальное функционирование производства.*

Трудовое отношение основано на соглашении, в силу которого одна сторона (работник) обязана выполнять работу по определенной специальности, квалификации или должности с подчинением внутреннему распорядку, а предприятие (работодатель) обязуется выплачивать работнику заработную плату и обеспечивать условия труда, предусмотренные законодательством, коллективным договором и соглашением сторон. Внешне трудовое отношение выглядит как вид обязательственных отношений гражданского права. Однако в рамках гражданско-правовых отношений исполнитель обязан предоставить обусловленный договором результат труда, т. е. надлежаще исполнить обязательство. Механизм и способы исполнения обязательства гражданское право не регулирует. Вопросы, касающиеся характера и меры труда, режим и распорядок рабочего дня, способы исполнения принятых обязательств, т. е. сам процесс труда, а не только его результат входит в компетенцию трудового правоотношения, что и отличает его от гражданского правоотношения. **Виды трудовых отношений:**

1. Отношения по вопросам приема на работу. Строго говоря, эти отношения не являются еще трудовыми. Они предшествуют возникновению трудовых отношений и создают для них соответствующую юридическую базу. Они определяют характер будущих трудовых отношений. На этом этапе еще нет работника и работодателя. Здесь есть физическое лицо, вступающее

в отношение с администрацией предприятия по поводу заключения трудового договора (контракта).

2. Непосредственно трудовые отношения. Здесь действуют все субъекты трудового права (основные и дополнительные).

3. Отношения, связанные с расторжением трудового договора и увольнением работников.

4. Отношения, возникающие в связи с восстановлением на работе работника. Эти отношения возникают, если трудовой договор был расторгнут по инициативе администрации предприятия и несогласный с таким решением работник обратился в суд с иском о восстановлении на работе.

Одной из составляющих трудового отношения являются права и обязанности субъектов. Основными правами работников являются:

заключение, изменение и расторжение трудового договора в порядке и на условиях, которые установлены настоящим Кодексом, иными федеральными законами;

предоставление ему работы, обусловленной трудовым договором;

рабочее место, соответствующее государственным нормативным требованиям охраны труда и условиям, предусмотренным коллективным договором;

своевременную и в полном объеме выплату заработной платы в соответствии со своей квалификацией, сложностью труда, количеством и качеством выполненной работы;

отдых, обеспечиваемый установлением нормальной продолжительности рабочего времени, сокращенного рабочего времени для отдельных профессий и категорий работников, предоставлением еженедельных выходных дней, нерабочих праздничных дней, оплачиваемых ежегодных отпусков;

полную достоверную информацию об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;

профессиональную подготовку, переподготовку и повышение своей квалификации в порядке, установленном настоящим Кодексом, иными федеральными законами;

объединение, включая право на создание профессиональных союзов и вступление в них для защиты своих трудовых прав, свобод и законных интересов;

участие в управлении организацией в предусмотренных настоящим Кодексом, иными федеральными законами и коллективным договором формах;

ведение коллективных переговоров и заключение коллективных договоров и соглашений через своих представителей, а также на информацию о выполнении коллективного договора, соглашений;

защиту своих трудовых прав, свобод и законных интересов всеми не запрещенными законом способами;

разрешение индивидуальных и коллективных трудовых споров, включая право на забастовку, в порядке, установленном настоящим Кодексом, иными федеральными законами;

возмещение вреда, причиненного ему в связи с исполнением трудовых обязанностей, и компенсацию морального вреда в порядке, установленном настоящим Кодексом, иными федеральными законами;

обязательное социальное страхование в случаях, предусмотренных федеральными законами.

Работник обязан:

добросовестно исполнять свои трудовые обязанности, возложенные на него трудовым договором;

соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;

соблюдать трудовую дисциплину;

выполнять установленные нормы труда;

соблюдать требования по охране труда и обеспечению безопасности труда;

бережно относиться к имуществу работодателя (в том числе к имуществу третьих лиц, находящемуся у работодателя, если работодатель несет ответственность за сохранность этого имущества) и других работников;

незамедлительно сообщить работодателю либо непосредственному руководителю о возникновении ситуации, представляющей угрозу жизни и здоровью людей, сохранности имущества работодателя (в том числе имущества третьих лиц, находящегося у работодателя, если работодатель несет ответственность за сохранность этого имущества).

Работодатель имеет право:

заключать, изменять и расторгать трудовые договоры с работниками в порядке и на условиях, которые установлены настоящим Кодексом, иными федеральными законами;

вести коллективные переговоры и заключать коллективные договоры;

поощрять работников за добросовестный эффективный труд;

требовать от работников исполнения ими трудовых обязанностей и бережного отношения к имуществу работодателя (в том числе к имуществу третьих лиц, находящемуся у работодателя, если работодатель несет ответственность за сохранность этого имущества) и других работников, соблюдения правил внутреннего трудового распорядка;

привлекать работников к дисциплинарной и материальной ответственности в порядке, установленном настоящим Кодексом, иными федеральными законами;

принимать локальные нормативные акты (за исключением работодателей - физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями);

создавать объединения работодателей в целях представительства и защиты своих интересов и вступать в них.

Работодатель обязан:

соблюдать трудовое законодательство и иные нормативные правовые акты, содержащие нормы трудового права, локальные нормативные акты, условия коллективного договора, соглашений и трудовых договоров;

предоставлять работникам работу, обусловленную трудовым договором;

обеспечивать безопасность и условия труда, соответствующие государственным нормативным требованиям охраны труда;

обеспечивать работников оборудованием, инструментами, технической документацией и иными средствами, необходимыми для исполнения ими трудовых обязанностей;

обеспечивать работникам равную оплату за труд равной ценности;

выплачивать в полном размере причитающуюся работникам заработную плату в сроки, установленные в соответствии с настоящим Кодексом, коллективным договором, правилами внутреннего трудового распорядка, трудовыми договорами;

вести коллективные переговоры, а также заключать коллективный договор в порядке, установленном настоящим Кодексом;

предоставлять представителям работников полную и достоверную информацию, необходимую для заключения коллективного договора, соглашения и контроля за их выполнением;

знакомить работников под роспись с принимаемыми локальными нормативными актами, непосредственно связанными с их трудовой деятельностью;

своевременно выполнять предписания федерального органа исполнительной власти, уполномоченного на проведение государственного надзора и контроля за соблюдением трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, других федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих функции по контролю и надзору в установленной сфере деятельности, уплачивать штрафы, наложенные за нарушения трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права;

рассматривать представления соответствующих профсоюзных органов, иных избранных работниками представителей о выявленных нарушениях трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права, принимать меры по устранению выявленных нарушений и сообщать о принятых мерах указанным органам и представителям;

создавать условия, обеспечивающие участие работников в управлении организацией в предусмотренных настоящим Кодексом, иными федеральными законами и коллективным договором формах;

обеспечивать бытовые нужды работников, связанные с исполнением ими трудовых обязанностей;

осуществлять обязательное социальное страхование работников в порядке, установленном федеральными законами;

возмещать вред, причиненный работникам в связи с исполнением ими трудовых обязанностей, а также компенсировать моральный вред в порядке и на условиях, которые установлены настоящим Кодексом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;

исполнять иные обязанности, предусмотренные трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами и трудовыми договорами.

2. Трудовой договор.

В ТК (ст. 56) **трудовой договор** определяется как соглашение между работодателем и работником, в соответствии с которым работодатель обязуется предоставить работнику работу по обусловленной трудовой функции, обеспечить условия труда, предусмотренные трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами и данным соглашением, своевременно в полном размере выплачивать работнику заработную плату, а работник обязуется лично выполнять определенную этим соглашением трудовую функцию, соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие у данного работодателя.

Сторонами трудового договора являются работодатель и работник.

(Основными признаками, позволяющими отличать трудовой договор от гражданско-правового являются:

1. Предмет договора. По трудовому договору предметом является трудовая функция работника, по гражданско-правовому - результат труда (выполненная работа или оказанная услуга).

2. По трудовому договору работник подчиняется правилам внутреннего трудового распорядка работодателя, по гражданско-правовому - гражданин организует свой труд самостоятельно.

3. По трудовому договору работодатель обязан обеспечить условия труда, предусмотренные трудовым законодательством, по гражданско-правовому - гражданин обеспечивает условия труда своими силами и средствами.)

Трудовой договор заключается в письменной форме и составляется в двух экземплярах (если трудовым законодательством не предусмотрено составление трудовых договоров в большем количестве экземпляров), каждый из которых подписывается сторонами. Один экземпляр передается работнику, другой хранится у работодателя с подписью работника в подтверждение получения своего экземпляра (ч. 1, 3 ст. 67 ТК). Прием на работу оформляется приказом (распоряжением) работодателя, содержание которого должно соответствовать условиям заключенного трудового договора. Приказ (распоряжение) работодателя о приеме на работу должен быть объявлен работнику под расписку в трехдневный срок со дня фактического начала работы (ч. 2 ст. 68 ТК).

Если трудовой договор не был оформлен надлежащим образом, однако работник приступил к работе с ведома или по поручению работодателя или его уполномоченного представителя, то трудовой договор считается заключенным и работодатель или его уполномоченный представитель обязан не позднее трех рабочих дней со дня фактического допущения к работе оформить трудовой договор в письменной форме (ч. 2 ст. 67 ТК). При этом следует иметь в виду, что представителем работодателя в указанном случае является лицо, которое в соответствии с законом, иными нормативными правовыми актами, учредительными документами юридического лица (организации) либо локальными нормативными актами или в силу заключенного с этим лицом трудового договора наделено полномочиями по найму работников, поскольку именно в этом случае при фактическом допущении работника к работе с ведома или по поручению такого лица возникают трудовые отношения (ст. 16 ТК) и на работодателя может быть возложена обязанность оформить трудовой договор с этим работником надлежащим образом.

Трудовой договор вступает в силу со дня его подписания работником и работодателем, если иное не установлено федеральными законами, иными нормативными правовыми актами или трудовым договором, либо со дня фактического допущения работника к работе. **Работник обязан приступить к исполнению трудовых обязанностей со дня, определенного трудовым договором. Если в трудовом договоре не определен день начала работы, работник должен приступить к работе на следующий рабочий день после вступления договора в силу.**

Если работник не приступил к работе в день начала работы, то работодатель имеет право аннулировать трудовой договор. Аннулированный трудовой договор считается незаключенным (ст. 61 ТК).

Содержание трудового договора должно соответствовать требованиям законодательства. Под содержанием трудового договора понимаются все его условия, определяющие права и обязанности сторон. В теории трудового права различают **два вида условий трудового договора** в зависимости от порядка их установления:

а) условия, вырабатываемые самими договаривающимися сторонами ***(непосредственные условия***);

б) условия, содержание которых не вырабатывается сторонами, так как они уже предусмотрены в законах и иных нормативных правовых актах (***производные условия***).

Непосредственные и производные условия в юридической литературе часто называют соответственно договорными и внедоговорными.

Непосредственные (договорные) условия принято подразделять на две группы:

1) необходимые (**обязательные)** условия, которые должны быть в каждом трудовом договоре- Согласно ст. 57 ТК к числу обязательных условий отнесены: место работы; трудовая

функция; дата начала работы, а в случае, когда заключается срочный трудовой договор, также срок его действия и обстоятельства (причины), послужившие основанием для заключения срочного трудового договора; условия оплаты труда; режим рабочего времени и времени отдыха (если для данного работника он отличается от общих правил, действующих у данного работодателя); компенсации за тяжелую работу и работу с вредными и (или) опасными условиями труда; условия, определяющие в необходимых случаях характер работы; условие об обязательном социальном страховании работника;

2) **дополнительные (факультативные**) условия, не обязательные для существования договора- об уточнении места работы (с указанием структурного подразделения и его местонахождения) и (или) о рабочем месте; об испытании; о неразглашении охраняемой законом тайны (государственной, служебной, коммерческой и иной); об обязанности работника отработать после обучения не менее установленного договором срока, если обучение проводилось за счет средств работодателя; о видах и об условиях дополнительного страхования работника; об улучшении социально-бытовых условий работника и членов его семьи; об уточнении применительно к условиям работы данного работника прав и обязанностей работника и работодателя, установленных трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права.

Трудовые договоры, согласно ст. 58 ТК, могут заключаться:

1) на неопределенный срок;

2) на определенный срок не более пяти лет (срочный трудовой договор), если иной срок не установлен Трудовым кодексом и иными федеральными законами.

Если в трудовом договоре не оговорен срок его действия, то договор считается заключенным на неопределенный срок.

Срочный трудовой договор заключается (ч. 1 ст. 59 ТК):

1) на время исполнения обязанностей отсутствующего работника, за которым в соответствии с трудовым законодательством сохраняется место работы;

2) на время выполнения временных (до двух месяцев) работ;

3) для выполнения сезонных работ;

4) с лицами, направленными на работу за границу;

5) для проведения работ, выходящих за рамки обычной деятельности работодателя, а также работ, связанных с заведомо временным (до одного года) расширением производства или объема оказываемых услуг;

6) с лицами, поступающими на работу в организации, созданные на заведомо определенный период или для выполнения заведомо определенной работы;

7) с лицами, принимаемыми для выполнения заведомо определенной работы в случаях, когда ее завершение не может быть определено конкретной датой;

8) для выполнения работ, непосредственно связанных со стажировкой и с профессиональным обучением работника;

9) в случаях избрания на определенный срок в состав выборного органа (или на выборную должность) на оплачиваемую работу, а также поступления на работу, связанную с непосредственным обеспечением деятельности членов избираемых органов или должностных лиц в органах государственной власти и местного самоуправления, политических партиях и других общественных объединениях;

10) с лицами, направленными органами службы занятости населения на работы временного характера и общественные работы;

11) с гражданами, направленными для прохождения альтернативной гражданской службы;

12) в других случаях, предусмотренных Трудовым кодексом или иными федеральными законами.

По соглашению сторон срочный трудовой договор может заключаться (ч. 2 ст. 59 ТК):

1) с лицами, поступающими на работу к работодателям - субъектам малого предпринимательства (включая индивидуальных предпринимателей), численность работников которых не превышает 35 человек (в сфере розничной торговли и бытового обслуживания - 20 человек);

2) с поступающими на работу пенсионерами по возрасту, а также лицами, которым по состоянию здоровья в соответствии с медицинским заключением разрешена работа исключительно временного характера;

3) с лицами, поступающими на работу в организации, расположенные в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, если это связано с переездом к месту работы;

4) для проведения неотложных работ по предотвращению катастроф, аварий, несчастных случаев, эпидемий, эпизоотий, а также для устранения последствий, указанных и других чрезвычайных обстоятельств;

5) с лицами, избранными по конкурсу на замещение соответствующей должности;

6) с творческими работниками средств массовой информации, организаций кинематографии, театров, театральных и концертных организаций, цирков и иными лицами, участвующими в создании и (или) исполнении произведений, профессиональными спортсменами;

7) с руководителями, заместителями руководителей и главными бухгалтерами организаций независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности;

8) с лицами, обучающимися по очной форме обучения;

9) с лицами, поступающими на работу по совместительству;

10) в других случаях, предусмотренных Трудовым кодексом или иными федеральными законами.

Общий порядок заключения трудового договора:

Прием на работу граждан осуществляется, как правило, путем заключения трудового договора.

Общий порядок заключения трудового договора закреплен в главе 11 ТК.

По общему правилу, установленному ст. 63 ТК, заключение трудового договора **допускается с лицами, достигшими возраста 16-ти лет.**

В виде **исключения этой статьей предусматривается три случая**, когда трудовой договор может быть заключен с лицами моложе указанного возраста:

1) с лицом, достигшим возраста 15-ти лет для выполнения легкого труда, не причиняющего вреда его здоровью, в случаях получения основного общего образования, либо продолжения освоения программы основного общего образования по иной, чем очная, форме обучения, либо оставления в соответствии с федеральным законом общеобразовательного учреждения;

2) с учащимся, достигшим возраста 14-ти лет, для выполнения в свободное от учебы время легкого труда, не причиняющего вреда его здоровью и не нарушающего процесса обучения, с согласия одного из родителей (попечителя) и органа опеки и попечительства;

3) с лицом, не достигшим возраста 14-ти лет, в организациях кинематографии, театрах, театральных и концертных организациях, цирках для участия в создании и (или) исполнении

(экспонировании) произведений без ущерба здоровью и нравственному развитию с согласия одного из родителей (опекуна) и разрешения органа опеки и попечительства.

(В отдельных случаях, в качестве исключения из общего правила, возраст заключения трудового договора повышается. Так, например, согласно ст. 265 ТК заключение трудового договора допускается с 18-летнего возраста для выполнения работ с вредными и (или) опасными условиями труда, подземных работ, а также работ, выполнение которых может причинить вред их здоровью и нравственному развитию (игорный бизнес, работа в ночных кабаре и клубах, производство, перевозка и торговля спиртными напитками, табачными изделиями, наркотическими и иными токсическими препаратами).)

При заключении трудового договора лицо, поступающее на работу, предъявляет работодателю (ст. 65 ТК):

паспорт или иной документ, удостоверяющий личность;

трудовую книжку, за исключением случаев, когда трудовой договор заключается впервые или работник поступает на работу по совместительству;

страховое свидетельство государственного пенсионного страхования;

документы воинского учета - для военнообязанных и лиц, подлежащих призыву на военную службу;

документ об образовании, о квалификации или наличии специальных знаний - при поступлении на работу, требующую специальных знаний или специальной подготовки.

При заключении трудового договора впервые трудовая книжка и страховое свидетельство государственного пенсионного страхования оформляются работодателем. (Трудовая книжка является основным документом о трудовой деятельности и трудовом стаже работника. Форма, порядок ведения и хранения трудовых книжек установлены постановлением Правительства РФ от 16.04.2003 г. N 225 "О трудовых книжках" и постановлением Минтруда России от 10.10.2003 г. N 69 "Об утверждении Инструкции по заполнению трудовых книжек").

Трудовые книжки ведутся работодателями - юридическими лицами и физическими лицами - индивидуальными предпринимателями на каждого работника, проработавшего у них свыше пяти дней в случае, когда работа у данного работодателя является для работника основной.

В отдельных случаях с учетом специфики работы Трудовым кодексом, иными федеральными законами, указами Президента РФ и постановлениями Правительства РФ может предусматриваться необходимость предъявления при заключении трудового договора дополнительных документов. Требовать иные документы помимо указанных - запрещается.

С целью определения пригодности некоторых категорий граждан для выполнения поручаемой им работы, предупреждения профессиональных заболеваний, в целях охраны здоровья населения, предупреждения возникновения и распространения заболеваний перед заключением трудового договора **установлено прохождение обязательного предварительного медицинского осмотра** (обследования) (ст. 69, 213, 266 ТК).

К ним относятся:

лица, не достигшие возраста 18 лет;

занятые на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда (в том числе на подземных работах), а также на работах, связанных с движением транспорта;

занятые в организациях пищевой промышленности, общественного питания и торговли, водопроводных сооружений, лечебно-профилактических и детских учреждений.

Указанные медицинские осмотры (обследования) осуществляются за счет работодателя.

Работодателю запрещается отказывать в заключении трудового договора по обстоятельствам, носящим дискриминационный характер т. е. в зависимости от пола, расы, цвета кожи, национальности, языка,, происхождения, имущественного, социального и должностного положения, возраста, места жительства (в том числе наличия или отсутствия регистрации по месту жительства или пребывания), женщинам по мотивам, связанным с беременностью или наличием детей, а также других обстоятельств, не связанных с деловыми качествами работников, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом.

По требованию лица, которому отказано в заключении трудового договора, работодатель обязан сообщить причину отказа в письменной форме.

Отказ в заключении трудового договора может быть обжалован в суд (ст. 64 ТК).

При заключении трудового договора в нем по соглашению сторон может быть предусмотрено условие об испытании работника в целях проверки его соответствия поручаемой работе (ст. 70, 71 ТК).

(Отсутствие в трудовом договоре условия об испытании означает, что работник принят на работу без испытания.)

В период испытания на работника распространяются положения трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, коллективного договора, соглашения, локальных нормативных актов.

Испытание при приеме на работу не устанавливается для:

лиц, избранных по конкурсу на замещение соответствующей должности;

беременных женщин и женщин, имеющих детей в возрасте до полутора лет;

лиц, не достигших возраста восемнадцати лет;

лиц, окончивших имеющие государственную аккредитацию образовательные учреждения начального, среднего и высшего профессионального образования и впервые поступающих на работу по полученной специальности в течение одного года со дня окончания образовательного учреждения;

лиц, избранных на выборную должность на оплачиваемую работу;

лиц, приглашенных на работу в порядке перевода от другого работодателя по согласованию между работодателями;

лиц, заключивших трудовой договор на срок до двух месяцев;

иных лиц в случаях, предусмотренных Трудовым кодексом, иными федеральными законами, коллективным договором.

Срок испытания не может превышать:

для руководителей организаций и их заместителей, главных бухгалтеров и их заместителей, руководителей филиалов, представительств или иных обособленных структурных подразделений организаций - шести месяцев;

для всех остальных работников - трех месяцев.

(При заключении трудового договора на срок от двух до шести месяцев испытание не может превышать двух недель).

В срок испытания не засчитывается период временной нетрудоспособности работника и другие периоды, когда он фактически отсутствовал на работе.

При неудовлетворительном результате испытания работодатель имеет право до истечения срока испытания расторгнуть трудовой договор с работником, предупредив его об этом в письменной форме не позднее, чем за три дня с указанием причин, послуживших основанием для признания этого работника не выдержавшим испытание.

Если срок испытания истек, а работник продолжает работу, то он считается выдержавшим испытание и последующее расторжение трудового договора допускается только на общих основаниях.

Если в период испытания работник придет к выводу, что предложенная ему работа не является для него подходящей, то он имеет право расторгнуть трудовой договор по собственному желанию, предупредив об этом работодателя в письменной форме за три дня.

Согласно ст. 62 ТК, **по письменному заявлению работника работодатель обязан не позднее трех рабочих дней со дня подачи этого заявления выдать работнику копии документов, связанных с работой**. Копии документов должны быть заверены надлежащим образом и предоставляться работнику безвозмездно.

Изменение трудового договора

Под изменением трудового договора понимается изменение его условий. По общему правилу, **изменение определенных сторонами условий трудового договора допускается только по соглашению сторон трудового договора**. Соглашение об изменении определенных сторонами условий трудового договора заключается **в письменной форме** (ст. 72 ТК).

Согласно ст. 60 ТК работодатель не вправе требовать от работника выполнения работы, не обусловленной трудовым договором.

В тоже время, **ТК допускает в качестве исключения и одностороннее изменение условий трудового договора (**ст. 60, 72 ТК).

Изменение условий трудового договора возможно в следующих формах:

1) перевод работника на другую работу (ст. 72-1, 72-2, 73 ТК); Перевод на другую работу - постоянное или временное изменение трудовой функции работника и (или) структурного подразделения, в котором работает работник (если структурное подразделение было указано в трудовом договоре), при продолжении работы у того же работодателя, а также перевод на работу в другую местность вместе с работодателем. Запрещается переводить и перемещать работника на работу, противопоказанную ему по состоянию здоровья.

2) изменение определенных сторонами условий трудового договора по инициативе работодателя (ст. 74 ТК) – допускается за исключением изменения трудовой функции работника, в случае, когда по причинам, связанным с изменением организационных или технологических условий труда (изменения в технике и технологии производства, структурная реорганизация производства, другие причины), условия трудового договора не могут быть сохранены. О предстоящих изменениях определенных сторонами условий трудового договора, а также о причинах, вызвавших необходимость таких изменений, работодатель обязан уведомить работника в письменной форме не позднее чем за два месяца.;

3) отстранение работника от работы (ст. 76 ТК). Работодатель, в соответствии со ст. 76 ТК, обязан отстранить от работы (не допускать к работе) работника:

1) появившегося на работе в состоянии алкогольного, наркотического или иного токсического опьянения;

2) не прошедшего в установленном порядке обучение и проверку знаний и навыков в области охраны труда;

3) не прошедшего в установленном порядке обязательный медицинский осмотр (обследование), а также обязательное психиатрическое освидетельствование в случаях, предусмотренных законодательством РФ;

4) при выявлении в соответствии с медицинским заключением, противопоказаний для выполнения работником работы, обусловленной трудовым договором;

5) в случае приостановления действия на срок до двух месяцев специального права работника (лицензии, права на управление транспортным средством, права на ношение оружия, другого специального права), если это влечет за собой невозможность исполнения работником обязанностей по трудовому договору и если невозможно перевести работника с его письменного согласия на другую имеющуюся у работодателя работу;

6) по требованию органов или должностных лиц, уполномоченных федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;

7) в других случаях, предусмотренных законами и иными нормативными правовыми актами.

Работодатель отстраняет от работы (не допускает к работе) работника на весь период времени до устранения обстоятельств, явившихся основанием для отстранения от работы или недопущения к работе.

Общие основания прекращения трудового договора

Трудовой договор прекращается лишь при наличии определенных оснований его прекращения и соблюдения правил увольнения работника по данному конкретному основанию.

Основаниями (причинами) прекращения трудового договора являются такие жизненные обстоятельства, которые признаются законом как юридические факты для прекращения трудового договора.

Само по себе наличие в законе основания не прекращает трудового отношения, необходим юридический акт - приказ руководителя организации или работодателя - физического лица о прекращении трудового договора.

Прекращение трудового договора означает окончание действия трудового договора и порожденного им трудового отношения, а также увольнение работника.

В трудовом законодательстве употребляются три термина: прекращение трудового договора, расторжение трудового договора, увольнение. Все они означают прекращение трудового отношения. Но первые два термина употребляются применительно к трудовому договору, а увольнение употребляется, когда речь идет о работнике. Расторжение трудового договора означает прекращение трудового отношения по инициативе сторон - работника или работодателя, а прекращение - по всем основаниям, установленным законом, в том числе по инициативе сторон. Следовательно, прекращение трудового договора - более широкое понятие, включающее в себя и расторжение трудового договора. При прекращении трудового договора по любому из перечисленных в законе оснований работник подлежит увольнению с работы.

Основаниями прекращения трудового договора являются:

1) соглашение сторон (ст. 78 ТК);

2) истечение срока трудового договора (ст. 79 ТК), за исключением случаев, когда трудовые отношения фактически продолжаются и ни одна из сторон не потребовала их прекращения;

3) расторжение трудового договора по инициативе работника (ст. 80 ТК);

4) расторжение трудового договора по инициативе работодателя (ст. 71 и 81 ТК);

5) перевод работника по его просьбе или с его согласия на работу к другому работодателю или переход на выборную работу (должность);

6) отказ работника от продолжения работы в связи со сменой собственника имущества организации, изменением подведомственности (подчиненности) организации либо ее реорганизацией (ст. 75 ТК);

7) отказ работника от продолжения работы в связи с изменением определенных сторонами условий трудового договора (ст. 74 ТК);

8) отказ работника от перевода на другую работу, необходимого ему в соответствии с медицинским заключением (ч. 3 и 4 ст. 73 ТК);

9) отказ работника от перевода на работу в другую местность вместе с работодателем (ч. 1 ст. 72-1 ТК);

10) обстоятельства, не зависящие от воли сторон (ст. 83 ТК);

11) нарушение установленных Трудовым кодексом РФ или иным федеральным законом правил заключения трудового договора, если это нарушение исключает возможность продолжения работы (ст. 84 ТК).

Перечень оснований прекращения трудового договора, установленный ст. 77 ТК РФ, не является исчерпывающим. Трудовой договор может быть прекращен и **по другим основаниям**, предусмотренным ТК и иными федеральными законами. (Помимо оснований, предусмотренных ст. 77 ТК, трудовой договор может быть прекращен:

с лицом, работающим по совместительству, в случае приема на работу работника, для которого эта работа является основной (ст. 288 ТК);

с работником, работающим у работодателя - физического лица, может быть прекращен по основаниям, предусмотренным трудовым договором (ст. 307 ТК) и др).

Согласно ст. 62 ТК и Правил ведения и хранения трудовых книжек, изготовления бланков трудовой книжки и обеспечения ими работодателей, утвержденных постановлением Правительства РФ от 16.04.2003 г. N 225 (п.п. 15-20, 35-37) **работодатель обязан выдать работнику в день увольнения (последний день работы) его трудовую книжку с внесенной в нее записью об увольнении.**

3. Понятие дисциплины труда и методы ее обеспечения

Работник с момента заключения трудового договора должен исполнять трудовые обязанности, подчиняясь распоряжениям работодателя.

В трудовом законодательстве закрепляется обязанность работника соблюдать трудовую дисциплину (ст. 21 ТК).

Дисциплина вообще и трудовая дисциплина в частности - это явление социальной жизни, **характеризующее отношение лица к исполнению его обязанностей.** Само же содержание трудовой дисциплины можно определить как надлежащее поведение работника, соответствующее предписаниям трудового законодательства, условиям трудового договора и основанным на них распоряжениям работодателя.

Основой трудовой дисциплины является внутренний трудовой распорядок, устанавливаемый системой локальных нормативных актов, важнейшим из которых являются Правила внутреннего трудового распорядка.

Правила внутреннего трудового распорядка - локальный нормативный акт, регламентирующий в соответствии с ТК РФ и иными федеральными законами порядок приема и увольнения работников, основные права, обязанности и ответственность сторон трудового договора, режим работы, время отдыха, применяемые к работникам меры поощрения и взыскания, а также иные вопросы регулирования трудовых отношений у данного работодателя (ч. 4 ст. 189 ТК).

Правила внутреннего трудового распорядка утверждаются работодателем с учетом мнения представительного органа работников (ст. 190 и 372 ТК).

Методы обеспечения дисциплины труда следующие:

создание в соответствии с ТК РФ, законами, иными нормативными актами, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами, содержащими нормы трудового права, необходимых организационных и экономических условий для эффективной работы (ч. 2 ст. 189 ТК РФ);

установка на сознательное отношение к труду;

поощрение за добросовестный труд, успехи в работе - объявление благодарности; - выдача премии; - награждение ценным подарком; - награждение почетной грамотой; - представление к званию лучшего по профессии;

применение дисциплинарных взысканий по отношению к отдельным недобросовестным работникам.

Дисциплинарная ответственность работников наступает за нарушение трудовой дисциплины, т.е. неисполнение или ненадлежащее исполнение по вине работника возложенных на него трудовых обязанностей. Такое правонарушение **именуется дисциплинарным проступком**.

Согласно ст. 192 ТК за совершение дисциплинарного проступка работодатель имеет право применить **следующие дисциплинарные взыскания:**

1) замечание;

2) выговор;

3) увольнение по п. 5-10 ст. 81, п. 1 ст. 336 ТК.

В соответствии со ст. 193 ТК до применения дисциплинарного взыскания работодатель должен затребовать от работника объяснение в письменной форме. В случае отказа работника дать указанное объяснение в течение двух рабочих дней работодатель составляет соответствующий акт с указанием присутствующих при этом свидетелей.

Дисциплинарное взыскание применяется не позднее одного месяца со дня обнаружения проступка, не считая времени болезни работника, пребывания его в отпуске, а также времени, необходимого на учет мнения представительного органа работников.

Дисциплинарное взыскание не может быть применено позднее шести месяцев со дня совершения проступка, а по результатам ревизии, проверки финансово-хозяйственной деятельности или аудиторской проверки - позднее двух лет со дня его совершения. В указанные сроки не включается время производства по уголовному делу.

За каждый дисциплинарный проступок может быть применено только одно дисциплинарное взыскание.

Приказ (распоряжение) работодателя о применении дисциплинарного взыскания объявляется работнику под расписку в течение трех рабочих дней со дня его издания. В случае отказа работника подписать указанный приказ (распоряжение) составляется соответствующий акт.

Дисциплинарное взыскание может быть обжаловано работником в государственную инспекцию труда или органы по рассмотрению индивидуальных трудовых споров.

Дисциплинарное взыскание действует в течение одного года со дня его применения. По истечении этого срока оно снимается автоматически, т.е. без издания какого-либо специального приказа, и работник считается не подвергавшимся дисциплинарному взысканию (ст. 194 ТК).

Меры дисциплинарного взыскания, кроме увольнения, в трудовую книжку не заносятся.

Материальная ответственность и ее виды

Материальная ответственность по трудовому праву является одним из видов юридической ответственности. Она заключается в обязанности стороны трудового договора (ра-

ботодателя или работника) в установленном законом порядке и размере возместить причиненный по ее вине другой стороне трудового договора материальный ущерб.

Материальная ответственность сторон трудового договора - работодателя и работника - характеризуется следующими общими признаками:

- возникновение двусторонней материальной ответственности обусловливается существованием трудового договора;

- ее субъектами являются только стороны этого договора;

- ответственность возникает в результате нарушения обязанностей по трудовому договору;

- каждая сторона несет материальную ответственность только за виновные нарушения своих обязанностей, если это повлекло возникновение ущерба у другой стороны.

Материальная ответственность может быть возложена на сторону трудового договора лишь при одновременном наличии следующих обязательных условий:

а) наличие ущерба;

б) противоправного поведения стороны трудового договора (действия или бездействия), когда она не исполняет свои обязанности, установленные нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права, трудовым договором;

в) причинной связи между поведением стороны трудового договора и причиненным ущербом;

г) вины (в форме умысла или неосторожности) стороны трудового договора в причинении ущерба (ст. 233 ТК).

Трудовой кодекс выделяет три случая материальной ответственности работодателя.

К первому случаю относятся случаи возникновения обязанности работодателя возместить работнику материальный ущерб, причиненный в результате незаконного лишения его возможности трудиться (ст. 234 ТК). (Материальный ущерб причиняется работнику в связи с вынужденным прогулом, вызванным незаконным отстранением от работы, увольнением или переводом на другую работу; задержкой выдачи трудовой книжки; неисполнением решения органа по рассмотрению трудовых споров или государственного правового инспектора о восстановлении на работе.)

Второй случай ответственности установлен ст. 235 ТК, которая предусматривает полную материальную ответственность работодателя за ущерб, причиненный имуществу работника.

Статьей 236 ТК установлен третий случай материальной ответственности работодателя: за задержку выплаты заработной платы, оплаты отпуска, расчета при увольнении (ст. 140 ТК) и иных выплат, полагающихся работнику. Сроки выплаты заработной платы предусмотрены ст. 136 ТК, сроки расчета при увольнении - ст. 140 ТК.

Материальная ответственность работника

Материальная ответственность заключается в возмещении работником того имущественного ущерба, который он причинил работодателю. В соответствии со ст. 238 ТК работник обязан возместить работодателю причиненный ему прямой действительный ущерб. К прямому действительному ущербу относятся, например, недостача и порча материалов и ценностей, штрафные санкции, несвоевременные выплаты заработной платы, неверные удержания из заработной платы. Серьезный ущерб может быть причинен работодателю путем разглашения работником доверенной ему коммерческой тайны.

Недополученные доходы (упущенная выгода) взысканию с работника не подлежат.

4. Трудовые споры

В процессе осуществления трудовой деятельности между работниками и работодателями могут возникать разногласия по вопросам применения законодательства о труде, а также установления новых или изменения существующих условий труда.

Эти разногласия, как правило, разрешаются путем переговоров работников или профсоюза, представляющего их интересы с руководителем организации или работодателем - физическим лицом.

Разногласия субъектов трудового права могут перерасти в трудовой спор, если они не урегулированы самими сторонами и переданы на разрешение органа по рассмотрению трудовых споров.

Следовательно, **трудовыми спорами называются поступившие на разрешение органа по рассмотрению трудового спора неурегулированные разногласия субъектов трудового права по вопросам применения трудового законодательства, установления новых или изменения существующих условий труда.**

Все трудовые споры можно классифицировать по различным основаниям, например, по виду спорного правоотношения, по характеру спора, по спорящему субъекту.

Законодательно закрепленной и имеющей практическое значение имеет классификация по спорящему субъекту. По этому основанию все трудовые споры делятся на:

индивидуальные;

коллективные.

Они различаются как субъектным составом, так и предметом спора.

Первое отличие заключается в том, что сторонами индивидуального трудового спора всегда выступают работник и работодатель, а коллективного - все работники организации или их часть и работодатель.

Второе заключается в том, что индивидуальный трудовой спор может, и в большинстве случаев возникает, по поводу применения норм трудового законодательства, коллективного договора, соглашения, индивидуального трудового договора, в том числе об установлении или изменении индивидуальных условий труда. Коллективный - связан исключительно с заключением, изменением или выполнением коллективного договора, соглашения, установлением и изменением условий труда (включая заработную плату), а также с отказом работодателя учесть мнение выборного представительного органа работников при принятии локальных нормативных актов.

Индивидуальные трудовые споры и порядок их рассмотрения

Согласно ст. 381 ТК РФ **индивидуальный трудовой спор - неурегулированные разногласия между работодателем и работником (либо лицом, ранее состоявшим в трудовых отношениях с этим работодателем, либо лицом, изъявившим желание заключить трудовой договор) по вопросам применения законов и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, коллективного договора, соглашения, трудового договора (в том числе об установлении или изменении индивидуальных** условий труда), о которых заявлено в орган по рассмотрению индивидуальных трудовых споров.

В настоящее время индивидуальные трудовые споры рассматриваются **комиссиями по трудовым спорам** (далее - КТС) и **судами общей юрисдикции. В соответствии со ст. 383 ТК РФ порядок** рассмотрения индивидуальных трудовых споров регулируется ТК РФ и иными

федеральными законами, а порядок рассмотрения дел по трудовым спорам в судах определяется также ГПК РФ.

КТС могут образовываться в любых организациях независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, а также у работодателя - индивидуального предпринимателя.

КТС образуются по инициативе работников и (или) работодателя из равного числа представителей работников и работодателя.

Представители работников избираются в КТС общим собранием (конференцией) работников или делегируются представительным органом работников с последующим утверждении на общем собрании (конференции) работников. Членами КТС могут быть избраны любые работники независимо от членства в профсоюзе, занимаемой должности, выполняемой работы.

Представители работодателя назначаются в КТС руководителем организации или работодателем - индивидуальным предпринимателем.

Организационно-техническое обеспечение работы комиссии возлагается на работодателя, который должен предоставить помещение, выделить оргтехнику, бумагу и т.д.

КТС рассматривает большинство индивидуальных трудовых споров (например, споры о применении дисциплинарных взысканий, об оплате труда, об изменении существующих условий труда, споры в сфере рабочего времени и времени отдыха, льгот и компенсаций и т.д.), кроме тех, которые отнесены к исключительной компетенции судов или для разрешения которых предусмотрен специальный порядок.

Формой обращения в КТС является заявление, в котором работник указывает суть его требований, обосновывая их представленными доказательствами, а также указывает дату, когда он узнал о нарушении своего права. Эта дата имеет большое юридическое значение. Согласно ч. 1 ст. 386 ТК работник может обратиться в КТС в трехмесячный срок со дня, когда он узнал или должен был узнать о нарушении своего права.

Приняв заявление, комиссия должна рассмотреть его в десятидневный срок. Индивидуальный трудовой спор рассматривается в присутствии работника или уполномоченного им представителя. Работодатель или его представитель имеют право участвовать в заседании, однако их неявка не препятствует рассмотрению заявления.

Рассмотрев все представленные материалы, выслушав доводы сторон, показания свидетелей, КТС тайным голосованием принимает решение. Причем решение принимается простым большинством голосов присутствующих на заседании членов комиссии. Это означает, что каждый член комиссии не зависит от той стороны трудовых правоотношений, из состава которой он был избран (назначен) в комиссию.

Решение КТС может быть обжаловано работником или работодателем в суд в десятидневный срок со дня вручения ему копии решения. Причем в случае пропуска данного срока по уважительной причине он может быть восстановлен судом при наличии ходатайства об этом от заинтересованного лица.

Не обжалованное в десятидневный срок решение КТС вступает в законную силу. После чего оно должно быть исполнено работодателем добровольно в течение трех дней.

Действующий ТК РФ (ст. 391) предусматривает, что непосредственно в судах рассматриваются следующие трудовые споры:

о восстановлении работника на работе независимо от оснований прекращения трудового договора, об изменении даты и формулировки причины увольнения, о переводе на другую работу, об оплате за время вынужденного прогула либо о выплате разницы в заработной плате за

время выполнения нижеоплачиваемой работы, о неправомерных действиях работодателя при обработке и защите персональных данных;

о возмещении работником ущерба, причиненного работодателю, если иное не предусмотрено федеральными законами;

об отказе в приеме на работу;

все споры лиц, работающих по трудовому договору у работодателей - физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями, и работников религиозных организаций.

Кроме того, в судах рассматриваются споры:

лиц, считающих, что они подверглись дискриминации (ст. 3 ТК);

о возмещении работнику морального вреда, причиненного неправомерными действиями или бездействием работодателя (ст. 394 ТК);

по вопросам расследования, оформления и учета несчастных случаев на производстве, непризнания работодателем несчастного случая, отказа в проведении расследования несчастного случая и составления соответствующего акта, несогласия пострадавшего с содержанием этого акта (ст. 231 ТК).

Рассмотрение коллективных трудовых споров

Конституция РФ в ст. 37 предусматривает право не только на индивидуальные, но и коллективные трудовые споры. **Впервые в Российской Федерации порядок разрешения коллективных трудовых споров был урегулирован Федеральным законом от 23 ноября 1995 г. "О порядке разрешения коллективных трудовых споров".** Нормы данного закона практически в неизменном виде были закреплены в гл. 61 ТК РФ. Данный закон в настоящее время утратил силу.

Под коллективным трудовым спором понимаются неурегулированные разногласия между работниками (их представителями) и работодателями (их представителями) по поводу установления и изменения условий труда (включая заработную плату), заключения, изменения и выполнения коллективных договоров, соглашений, а также в связи с отказом работодателя учесть мнение выборного представительного органа работников при принятии локальных нормативных актов (ч. 1 ст. 398 ТК РФ).

Следовательно, **видами коллективных трудовых споров являются:**

1) споры по поводу установления и изменения условий труда (например, разногласия по вопросам изменения норм выработки, оплаты труда, режима рабочего времени, состояния охраны труда и техники безопасности);

2) споры по поводу заключения, изменения и выполнения коллективных договоров, соглашений;

3) споры в связи с отказом работодателя учесть мнение выборного представительного органа работников при принятии локальных нормативных актов.

Сторонами коллективного трудового спора являются: с одной стороны - работники (все работники, группа работников) либо представители работников, которыми могут быть профсоюзные органы или органы общественной самодеятельности, образованные на собрании работников и уполномоченные им (ст. 29 ТК РФ). С другой стороны - работодатель в лице руководителя организации, индивидуального предпринимателя или их представители (ст. 33 ТК РФ).

Работодатель обязан принять к рассмотрению требования работников и сообщить о своем решении их представителю в письменной форме в течение трех рабочих дней со дня получения требований.

Моментом начала коллективного трудового спора является день сообщения решения работодателя (его представителя) об отклонении всех или части требований работников (их представителей) или несообщение своего решения в трехдневный срок (ч. 3 ст. 398 ТК РФ). Таким образом, возможны два варианта возникновения момента начала коллективного трудового спора:

а) день сообщения решения работодателя (его представителя) об отклонении всех или части требований работников (их представителей);

б) несообщение своего решения в трехдневный срок.

Порядок разрешения коллективного трудового спора состоит из следующих этапов:

1) рассмотрение спора примирительной комиссией. Данный этап является обязательным, и лишь при не достижении согласия стороны переходят к разрешению спора с использованием других способов;

2) рассмотрение спора с участием посредника и (или) в трудовом арбитраже.

3) использование таких форм поддержки своих требований со стороны работников, как проведение собраний, митингов, демонстраций, пикетирования в установленном федеральным законом порядке.

Рассмотрение коллективного трудового спора примирительной комиссией осуществляется следующим образом.

Примирительная комиссия создается в срок до трех рабочих дней, с момента начала коллективного трудового спора из представителей сторон спора на равноправной основе. Решение о создании комиссии оформляется приказом (распоряжением) работодателя и решением представителя работников. Стороны спора не вправе уклоняться от создания комиссии и участия в ее работе, а работодатель к тому же обязан создать необходимые условия для ее работы.

Примирительная комиссия должна рассмотреть спор в срок до пяти рабочих дней с момента издания приказа (распоряжения) о ее создании. Однако данный срок может быть продлен по взаимному соглашению сторон, что оформляется протоколом.

Результаты работы комиссии могут выражаться в двух вариантах:

1) если стороны пришли к соглашению, то принятое решение оформляется протоколом, который имеет для сторон обязательную силу и исполняется в порядке и сроки, установленные комиссией;

2) если стороны не достигают согласия, то они приступают к переговорам о приглашении посредника или создании трудового арбитража. Не достижение согласия оформляется протоколом разногласий.

Рассмотрение коллективного трудового спора с участием посредника происходит следующим образом.

В течение трех рабочих дней после составления протокола разногласий стороны спора могут пригласить посредника, который либо выбирается ими самостоятельно, либо по их просьбе рекомендуется государственным органом по урегулированию коллективных трудовых споров. При не достижении согласия относительно кандидатуры посредника в течение трех рабочих дней, стороны приступают к созданию трудового арбитража.

Посредником при урегулировании спора может быть любой независимый квалифицированный специалист.

Порядок рассмотрения спора с участием посредника определяется соглашением сторон с участием самого посредника, причем последний имеет право запрашивать у сторон и получать от них необходимые документы и сведения, касающиеся этого спора. Посредник, используя

свои знания и полученную от сторон информацию, предлагает им взаимоприемлемое решение по существу спора.

Коллективный трудовой спор с участием посредника должен быть рассмотрен в срок до семи рабочих дней со дня его приглашения (назначения), т**.е. на весь этап посредничества сторонам отводится максимум десять рабочих дней - три для выбора посредника и семь для рассмотрения спора.**

Итогом рассмотрения коллективного трудового спора с участием посредника является либо принятие сторонами письменного согласованного решения, либо составление протокола разногласий и передача спора на разрешение трудового арбитража.

Рассмотрение коллективного трудового спора в трудовом арбитраже имеет следующие особенности.

Трудовой арбитраж - временно действующий орган по рассмотрению коллективного трудового спора, создаваемый сторонами спора и государственным органом по урегулированию коллективных трудовых споров в случае, если стороны спора заключили письменное соглашение об обязательном выполнении его решений.

Созданию трудового арбитража предшествует заключение соглашения сторон в письменной форме об обязательном выполнении решений арбитража.

В отличие от создания примирительной комиссии и приглашения посредника, где активное участие принимают только стороны спора, создание трудового арбитража требует также обязательного участия государственного органа по урегулированию коллективных трудовых споров, который наравне со сторонами принимает участие в создании трудового арбитража, в определении его состава, выработке регламента, определении полномочий.

Трудовой арбитраж должен быть создан в срок не позднее трех рабочих дней со дня окончания рассмотрения спора примирительной комиссией или посредником. Срок для рассмотрения спора в трудовом арбитраже - не более пяти рабочих дней со дня его создания.

Трудовой арбитраж рассматривает обращения сторон коллективного трудового спора; получает необходимые документы и сведения, касающиеся этого спора; информирует в случае необходимости органы государственной власти и органы местного самоуправления о возможных социальных последствиях спора; разрабатывает рекомендации по существу коллективного трудового спора (ч. 5 ст. 404 ТК РФ). Рекомендации трудового арбитража по урегулированию спора передаются сторонам в письменной форме и приобретают для сторон обязательную силу, так как они заключили соглашение об их выполнении.

В случае уклонения работодателя от создания трудового арбитража, если его создание обязательно или работодатель дал согласие на его создание, а также в случае уклонения работодателя от выполнения его рекомендаций работники могут приступить к проведению **забастовки.**

Если примирительные процедуры не привели к разрешению коллективного трудового спора либо работодатель уклоняется от них, не выполняет соглашение, достигнутое в ходе разрешения спора, работники имеют право прибегнуть к крайней мере - забастовке.

Забастовка - временный добровольный отказ работников от выполнения трудовых обязанностей (полностью или частично) в целях разрешения коллективного трудового спора.

Право на забастовку является одним из основных трудовых прав работника и закреплено в ст. 37 Конституции РФ. Причем участие в забастовке является добровольным и за принуждение работников к участию в забастовке предусматривается дисциплинарная, административная и уголовная ответственность. Право на забастовку принадлежит только работникам, поэтому

закон прямо запрещает представителям работодателя организовывать забастовку и принимать в ней участие (п. 5 ст. 409 ТК РФ).

Решение об объявлении забастовки принимается собранием (конференцией) работников организации (филиала, представительства, иного обособленного структурного подразделения), индивидуального предпринимателя по предложению представительного органа работников, ранее уполномоченного ими на разрешение коллективного трудового спора.

В решении об объявлении забастовки указываются:

1) перечень разногласий сторон коллективного трудового спора, являющихся основанием для объявления и проведения забастовки;

2) дата и время начала забастовки, ее предполагаемая продолжительность и предполагаемое количество участников;

3) наименование органа, возглавляющего забастовку, состав представителей работников, уполномоченных на участие в примирительных процедурах;

4) предложения по минимуму необходимых работ (услуг), выполняемых в организации или ее обособленном структурном подразделении в период проведения забастовки, у индивидуального предпринимателя. Перечень минимума необходимых работ (услуг) разрабатывается и утверждается федеральным органом исполнительной власти, органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, соглашением сторон спора совместно с органом местного самоуправления (ст. 412 ТК).

О начале предстоящей **забастовке работодатель должен быть предупрежден в письменной форме не позднее, чем за десять календарных дней.** Работодатель, в свою очередь, предупреждает о забастовке государственный орган по урегулированию коллективных трудовых споров.

ТК РФ предусматривает возможность объявления часовой предупредительной забастовки уже на стадии работы примирительной комиссии (ч. 4, 5 ст. 410).

Не допускается применять к работникам, участвующим в забастовке, мер дисциплинарной ответственности, кроме случаев участия в незаконной забастовке.

На время забастовки за участвующими в ней работниками сохраняется место работы и должность.

Несмотря на то, что работодатель имеет право не выплачивать работникам заработную плату за время их участия в забастовке, коллективным договором, соглашением или соглашениями, достигнутыми в ходе разрешения спора, могут быть предусмотрены компенсационные выплаты работникам, участвующим в забастовке.

Незаконной признается забастовка:

в периоды введения военного и чрезвычайного положения либо особых мер в соответствии с законодательством о чрезвычайном положении;

в органах и организациях Вооруженных Сил РФ, других военных, военизированных и иных формированиях и организациях, ведающих вопросами обеспечения обороны страны, безопасности государства, аварийно-спасательных, поисково-спасательных, противопожарных работ, предупреждения и ликвидации стихийных бедствий и чрезвычайных ситуаций;

в правоохранительных органах;

в организациях, непосредственно обслуживающих особо опасные виды производств или оборудования, на станциях скорой и неотложной медицинской помощи;

в организациях, связанных с обеспечением жизнедеятельности населения (энергообеспечение, отопление и теплоснабжение, водоснабжение, газоснабжение, авиационный, железнодо-

рожный и водный транспорт, связь, больницы), в том случае, если проведение забастовок создает угрозу обороне страны и безопасности государства, жизни и здоровью людей;

если забастовка была объявлена без учета сроков, процедур и требований, предусмотренных Трудовым кодексом.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1.

Тема практического занятия: Государство как политико-правовая форма существования общественных отношений.

Форма практического задания: дискуссии; письменная работа

1. Вопросы для дискуссии:

1) Теории происхождения государства. Возникновение государства.

2) Понятие государства, его признаки, сущность. Функции государства: понятие, классификация.

3) Форма государства. Понятие, признаки, структура. Форма правления: понятие и виды. Форма государственного устройства: понятие и виды. Форма политического (государственного) режима: понятие и виды. Форма российского государства.

4) Понятие механизма государства. Принципы организации и деятельности механизма государства. Структура механизма государства на примере РФ.

5) Правовое государство, его принципы.

2. Письменная работа «Теории происхождения государства». На основе изученного материала заполните таблицу:

Название теории	Представители, время появления	Суть теории	Сильные стороны теории	Слабые стороны теории

Тема практического занятия: Право в системе нормативного регулирования.

Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа №1.

1. Вопросы для дискуссии:

1) Сущность права, его признаки, функции, принципы. Типология права.

2) Система права Российской Федерации. Система законодательства Российской Федерации.

3) Международное право, как особая система права. Международное право в области прав человека, механизмы защиты прав человека.

4) Нормы права в системе социальных норм. Понятие, виды и способы изложения норм права.

5) Формы права. Нормативно-правовые акты: понятие и виды. Действие нормативно-правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц. Правовые отношения в обществе: понятие правоотношения, его структура.

6) Законность и правопорядок. Правонарушение и юридическая ответственность. Виды юридической ответственности.

2. Контрольная работа № 1.

Вариант № 1:

1. Понятие, его признаки и функции государства.

2. Виды норм права и способы изложения.
3. Правонарушения.

Вариант № 2:
1. Формы права.
2. Законность и правопорядок.
3. Механизм государства.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2.

Тема практического занятия: Основы конституционного права РФ.

Форма практического задания: дискуссии; письменная работа

1. **Вопросы для дискуссии.**

1) Понятие конституционного права, его предмет, метод, принципы, субъекты и источники.
2) Особенности норм конституционного права.
3) Характеристика Конституции РФ.
4) Конституционно-правовой статус личности.
5) Правовое основы гражданства РФ. Понятие и принципы российского гражданства; порядок его приобретения и прекращения.

2. **Письменная работа. Составьте таблицу «Конституционные права и свободы гражданина РФ».**

Гражданские права и свободы	Политические права свободы	Социально- экономические права и свободы	Культурные права и свободы

Тема практического занятия: Основные положения административного права РФ.

Форма практического задания: дискуссии; письменная работа.

1. **Вопросы для дискуссии:**

1) Понятие, предмет, источники, субъекты и принципы административного права РФ. Система административного права РФ.
2) Особенности административно- правовых отношений.
3) Государственная служба.
4) Понятие административной ответственности и виды административных наказаний.

2. **Письменная работа. Заполните таблицу:**

Обстоятельства, отягчающие административную ответственность	**Обстоятельства, смягчающие административную ответственность**

Тема практического занятия: Основные положения уголовного права РФ. Уголовный кодекс РФ о терроризме, экстремизме, коррупционных преступлениях.

Форма практического задания: дискуссии; письменная работа

1. **Вопросы для дискуссии:**

1) Понятие, источники, принципы уголовного права РФ. Система уголовного права.
2) Понятие, признаки и категории преступлений, предусмотренных УК РФ.
3) Состав преступления. Соучастие. Виды соучастников.
4) Обстоятельства, исключающие преступность деяния.
5) Уголовный кодекс РФ о взяточничестве и других коррупционных преступлениях.

2. **Письменная работа. Решите задачу:**

Группа подростков, организованная ранее судимым Астаховым, была задержана при попытке совершить кражу из квартиры Петрова. В группу входили подростки в возрасте двенадцати-тринадцати лет.

Подлежит ли Астахов уголовной ответственности за вовлечение несовершеннолетних в преступную деятельность?

Тема практического занятия: Основные положения гражданского права РФ.

Форма практического задания: дискуссии; деловая игра.

1. **Устный опрос. Вопросы для обсуждения:**

1) Понятие, предмет, метод и источники гражданского права РФ.
2) Понятие и структура гражданского правоотношения.
3) Гражданско-правовые сделки, их формы, виды и действительность.
4) Право собственности: понятие и содержание. Приобретение и прекращение права собственности. Виды права собственности. Защита права собственности.
5) Понятие, виды и субъекты обязательств. Исполнение обязательств.
6) Защита прав потребителей.
7) Понятие, предмет, источники, субъекты авторского права; основные понятия. Личные неимущественные авторские права. Объекты авторского права.

2. **Деловая игра: «Защита прав потребителей»**

Концепция и ожидаемый результат: Закрепление ранее полученных знаний, формирование творческой активности, развитие навыка самостоятельного решения поставленных задач, умение включаться в процесс кругового общения, решать поставленную задачу путем сотрудничества.

Роли: потребитель, продавец/изготовитель, представители контролирующих организаций.

Деловая (ролевая) игра

1 Тема (проблема) Защита прав потребителей

2 Концепция игры Студенты делятся на группы, соответствующие ролям и получают карточки с вопросами. Необходимо обыграть предложенную ситуацию (мини сценка) и прокомментировать действия с точки зрения знаний Закона «О защите прав потребителя». Эксперты дают правильное заключение. Их задача непросто разъяснить, как надо действовать в той или иной ситуации, но прокомментировать действия игроков, указать на ошибки, если они были.

3 Роли:

- потребитель;
- исполнитель/продавец;
- экспертная группа

4 Ожидаемый (е) результат (ы) Воспитание у студентов интереса к изучению прав потре-

бителя. Они должны продемонстрировать владение навыками работы с содержанием нормативных документов (в частности ГК РФ), а также умение самостоятельно работать с информацией из правовых источников, последовательно и аргументированно излагать их.

Деловая игра «Защита прав потребителей»

Цель игры:

Воспитывать у студентов интерес к изучению прав потребителя.

Формировать творческие умения, способность к самовыражению, культурному отстаиванию своих прав.

Задача игры:

При изучении данной темы главной задачей является убедить студентов, что нужно быть не только грамотным, но и культурным, вежливым, учтивым потребителем.

Важно понять, что если возникли проблемы в мастерской, в магазине, ателье, то доброжелательный тон и улыбка- это необходимое условие общения. Отстаивание своих прав и предъявление претензий ни в коем случае не должны сводиться к унижению продавца или исполнителя. Закон всегда на стороне потребителя, но если вам предлагается уладить конфликт самостоятельно, на приемлемых условиях, то лучше согласиться.

Условия игры:

Студенты делятся на группы (2 чел) « Исполнитель»- « Заказчик»

Выбирается группа экспертов (3-4 чел)

Игроки получают карточки с вопросами

Задание: обыграть данную ситуацию (мини сценка) и прокомментировать ваши действия с точки зрения знаний Закона « О защите прав потребителя».

Время на подготовку 10 мин.

Эксперты дают правильное заключение (правильные ответы прилагаются) Их задача непросто разъяснить, как надо действовать в той или иной ситуации, но прокомментировать действия игроков, указать на ошибки, если они были.

Кроме того, студентам будет предложено составить претензию в случае неисполнения их законных требований.

Вывод и оценки за игру.

Оборудование:

1. Брошюры Закона « О защите прав потребителя»
2. Учебники, хрестоматии по «Основам потребительских знаний» и пр., тетради с конспектами.
3. Карточки-задания.

- Задание № 1.

Борис, проживающий в сельской местности, не имеет возможности установить стационарный телефон. Поэтому он приобрёл мобильный телефон и заключил соглашение с фирмой о его подключении. Через три недели нормальной работы, в период с 18 по 22 января 2008 г., связь полностью отсутствовала, в дальнейшем телефон стал работать только на приём звонков. Борис был вынужден приехать в областной центр, чтобы выяснить причины. В офисе фирмы сообщили, что связь в указанный период отсутствовала по причине магнитного возмущения, вызванного вспышкой на Солнце. 22 января она полностью восстановлена, а значит испорчен сам телефон. В магазине принять неисправный аппарат отказались, мотивируя тем, что все про-

данные телефоны проходят предпродажную проверку.

Какую ответственность и кто несёт в этом случае?

- Задание № 2

Во время лечения Виктории в платной стоматологической поликлинике врач, проводивший операцию, удалил здоровый зуб вместо больного. Когда ошибка была обнаружена, ей предложили сделать протезирование этого зуба за 50% стоимости работ. Как следует поступить Виктории?

- Задание № 3.

Екатерина обратилась в Центр дизайна волос, где был заключён договор на лечение, включающее несколько операций, первая из которых была осуществлена. Курс лечения рассчитан на 1-1,5 года. Стоит эта услуга очень дорого и Екатерина, внеся аванс, договорилась об отсрочке платежа на всё время лечения. Сейчас она решила отказаться (из-за дороговизны) от услуг Центра. Когда она спросила, сколько она должна заплатить за лечение (которое только началось), ей ответили, что заплатить она должна полную сумму.

Как должны быть произведены расчёты в данном случае?

- Задание № 4.

Елена с дочерью приехала в Кострому на неделю, поселилась в гостинице. Поднявшись в номер, они обнаружили, что не работает телевизор. Мастер установил, что причина поломки-производственный брак. Какие требования вправе предъявить Елена в данном случае и кому?

- Задание № 5.

Покупательница Петрова 15 апреля купила осенние сапоги за 2300 рублей, а 25 апреля пришла для обмена товара, мотивируя это тем, что сапоги не подходят ей по цвету к пальто и она хочет расторгнуть договор купли-продажи.

- Задание № 6.

Ольга обратилась в элитный парикмахерский салон, чтобы ей сделали укладку с использованием специальных средств фирмы «Шварцкопф». На следующий день она обнаружила, что её волосы стали обламываться и выпадать, а кожа головы непрерывно чесалась. Когда она обратилась к администратору салона, ей сказали, что это у них первый подобный случай, а так как мастер, выполнявший укладку, имеет высшую категорию и не мог ошибиться, то её состояние, скорее всего объясняется индивидуальной непереносимостью укладочных средств, в чём салон не виноват. Ей предложили провести лечение волос за 30% стоимости этой услуги.

Какие требования и кому может предъявит Ольга?

- Задание № 7.

Антон заказал по системе « Товары –почтой» и приобрёл факсимильный аппарат американского производства. К посылке был приложен перевод инструкции на русский язык. При попытке подключить аппарат перегорел блок питания. Оказалось, что подключать его можно только через специальный трансформатор, так как в нашей сети более высокое напряжение, чем в США. На почте принять претензию отказались, мотивируя это тем, что занимаются только доставкой товаров.

Какие требования и кому может предъявить Антон?

- Задание №8.

Оксана обратилась в меховое ателье с просьбой о пошиве куртки из меха рыси, при чём ателье предоставило ей шкурки стоимостью 15 000 р. В кредит. Во время окончательного расчёта за готовую куртку ателье предложило дополнительно оплатить стоимость меха, так как за время пошива его стоимость возросла на 20%, что привело к перерасчёту исходного кредита.

Правомерны ли действия ателье? Какую сумму должна внести Оксана?

- Задание №9.

Во время ремонта обуви Алле сделали набойки из дорогого импортного материала стоимостью 250 р. Вместо отечественного за 150 р., как было оплачено по квитанции. Ей предложили доплатить 100 р., мотивируя это тем, что поставленные набойки лучшего качества и надёжнее отечественного аналога. Как следует поступить Алле?

- Задание №10.

В медицинском центре, который входит в Международную офтальмологическую ассоциацию, Михаилу была сделана операция лазерной коррекции зрения, за которую он по договору заплатил 25200р. После операции у Михаила зрение ухудшилось. Через два месяца в центре порекомендовали сделать дополнительную коррекцию. За эту операции нужно было заплатить ещё 7650 р.

Как следует поступить Михаилу?

Ответы.

Задание №1.

Исполнитель (продавец) освобождается от ответственности за неисполнение гарантийных обязательств, если докажет, что неисправность возникла в результате обстоятельств непреодолимой силы (в данном случае- магнитного возмущения, вызванного вспышкой на Солнце) (ст. 13 Закона « О Защите прав потребителя»).

Задание №2

Удаление зуба - платная медицинская услуга. При её проведении была допущена ошибка по вине исполнителя. В случае некачественного исполнения услуги потребитель вправе потребовать возмещения стоимости убытков - протезирование. (ст.29 Закона« О Защите прав потребителя»).

Задание №3.

Екатерина должна произвести оплату за реально оказанные услуги, а также оплатить материалы использованные врачом.

Задание №4.

Елена вправе потребовать устранения недостатков в течение 1 часа. Если недостатки не будут устранены, то она может потребовать переселения её в другой номер. Если это не будет сделано, то она может требовать соразмерного уменьшения цены, уплаченной за номер.

Задание №5.

Петрова вправе обменять товар, т.к. в соответствии со ст. 25 Закона О защите прав потребителей «обмен непродовольственного товара надлежащего качества проводится, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки». Обменять можно в течение 14 дней, не считая дня покупки.

Задание №6.

Укладка в парикмахерском салоне является платной услугой, которая была оказана некачественно. В случае некачественного исполнения услуги потребитель вправе потребовать от салона возмещения стоимости услуги и компенсации убытков- лечение волос. (ст.29. Закона «О Защите прав потребителя»).

Задание №7.

Так как причиной возникновения недостатка стало непредоставление информации о товаре (чистый перевод без уточнения условий использования в России), то на основании Закона« О Защите прав потребителя» (ст.21) Антон по своему усмотрению может потребовать у фирмы - продавца возмещения расходов на ремонт или расторжения договора купли-продажи и воз-

мещения убытков.

Задание №8.

Действия ателье неправомерны. Несмотря на значительное увеличение цены предоставленного в кредит материала исполнителя, перерасчёт не производится (ст.34. Закона «О Защите прав потребителя»). Оксана должна ателье 15 000 р. И проценты по кредиту.

Задание №9.

При оказании платной услуги по ремонту обуви исполнитель не поставил в известность потребителя об изменении условий выполнения услуги, что повлекло значительное увеличение цены. Алла вправе не доплачивать. (ст.33. Закона «О Защите прав потребителя»).

Задание №10.

Операция лазерной коррекции зрения платная медицинская услуга. При её проведении была допущена ошибка по вине исполнителя. В случае не качественного исполнения услуги потребитель вправе потребовать устранения недостатков за счёт исполнителя (т.е. проведение дополнительной коррекции бесплатно), либо расторжения договора и возмещения убытков (полного возврата денег за операцию и возмещение расходов на устранение последствий некачественной операции) (ст. 29. Закона« О Защите прав потребителя»).

Тема практического занятия: Основные положения семейного права РФ. Наследственное право РФ.

Форма практического задания: дискуссии; письменная работа.

1. **Вопросы для дискуссии:**

1) Понятие, предмет, источники семейного права РФ.
2) Порядок заключения и прекращения брака.
3) Личные неимущественные и имущественные права и обязанности супругов.
4) Права и обязанности родителей и детей.
5) Алиментные обязательства членов семьи.
6) Понятие наследования. Открытие наследства. Виды наследования.
7) Наследование по завещанию. Правила составления завещания. Закрытое завещание.
8) Наследование по закону. Наследники первой, второй и т.д. очереди.
9) Принятие и отказ от наследства. Недостойные наследники.

2. **Письменная работа. Решите задачу:**

В юридическую консультацию обратился Пыгин, который сообщил следующее. В браке со своей бывшей женой он состоял около трех лет. Жена его не работала, а он работал бухгалтером в коммерческой организации. Зарабатывал он неплохо, однако сбережений супруги не имели, поскольку жена значительную часть заработанных денег тратила на приобретение дорогой одежды и ювелирных украшений. При разделе совместно нажитого имущества жена отказалась включить в него эти вещи, поскольку, по ее мнению, они являются вещами индивидуального пользования и разделу не подлежат.

Какой совет надо дать Пыгину?

Тема практического занятия: Основные положения трудового права РФ.

Форма практического задания: дискуссии; контрольная работа № 2.

1. **Вопросы для дискуссии:**

1) Понятие, предмет, метод, принципы, источники и функции трудового права РФ.

2) Трудовые отношения.
3) Трудовые договоры. Порядок заключения и расторжения.
4) Правовое регулирование существенных условий труда.
5) Дисциплина труда.

2. Контрольная работа № 2.

Вариант № 1.

1) Понятие и признаки преступления.
2) Порядок составления закрытого завещания.
3) Функции трудового права.

Вариант № 2.

1) Формы вины.
2) Последствия продажи товара ненадлежащего качества.
3) Существенные условия труда.

П.2.5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Теория государства и права	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала
	Выполнение кейс-задания
Раздел 2. Отраслевое законодательство РФ	Подготовка реферата
	Самостоятельное изучение материала
	Выполнение кейс-задания

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1.

1. Теории происхождения государства.
2. Понятие и сущность государства, его признаки и функции.
3. Механизм государства, его органы и их характеристика (на примере РФ).
4. Форма государства.
5. Правовое государство.
6. Сущность права, его признаки, функции. Принципы права.
7. Норма права в системе социальных норм. Их виды и способы изложения.
8. Формы права.
9. Действие нормативно-правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц.
10. Понятие и структурные элементы системы права. Система законодательства. Основные правовые системы современности.
11. Международное право, как особая система права.

12. Правовое отношения в обществе: понятии, структура, содержание.
13. Законность и правопорядок.
14. Правонарушение и юридическая ответственность. Виды правонарушений и юридической ответственности.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Регулятивная функция государства и права.
2. Соотношение экономики, государства и права.
3. Основные внешние функции современного российского государства.
4. Проблемы реализации принципов правового государства в РФ и пути их решения.
5. Актуальные вопросы формирования и функционирования гражданского общества в РФ**.**
6. Соотношение права и морали.
7. Действие нормативно-правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц.
8. Значение законности и правопорядка в современном обществе;
9. Государственный суверенитет и права человека.
10. Особенности конституционно-правового статуса иностранных граждан в РФ.
11. Особенности и проблемы российской формы правления.
12. Право на жизнь. Смертная казнь. Эвтаназия.
13. Регулятивная функция государства и права.
14. Соотношение экономики, государства и права.
15. Основные внешние функции современного российского государства.
16. Проблемы реализации принципов правового государства в РФ и пути их решения.
17. Актуальные вопросы формирования и функционирования гражданского общества в РФ**.**
18. Соотношение права и морали.
19. Действие нормативно-правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц.
20. Значение законности и правопорядка в современном обществе;
21. Государственный суверенитет и права человека.
22. Особенности конституционно-правового статуса иностранных граждан в РФ.
23. Особенности и проблемы российской формы правления.
24. Право на жизнь. Смертная казнь. Эвтаназия.

Кейс-задания к Разделу 1.

1. Кейс. Римские юристы утверждали: «Закон смотрит вперед, но не смотрит назад». Какое правило действия правовых норм во времени закреплено в этой фразе? Объясните это правило.

2. Кейс. При изучении системы права студентам было предложено привести в качестве примера институт права. Горлов назвал Государственную юридическую академию, Никитин – авторское право, Макаров – гражданско-процессуальное право. Кто из них прав?

3. Кейс. Римские юристы утверждали: «Действие не делает невиновными, если не виновен разум». О каком признаке правонарушения идет речь в этом высказывании? Раскройте этот признак.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2.

1. Понятие конституционного права, его предмет, метод, принципы, субъекты и источники.
2. Особенности норм конституционного права.
3. Характеристика Конституции РФ.
4. Конституционно-правовой статус личности.

5. Правовые основы гражданства РФ. Понятие и принципы российского гражданства; порядок его приобретения и прекращения.
6. Понятие, предмет, принципы, субъекты, источники и система административного права РФ.
7. Характеристика административных правоотношений. Виды административно-правовых норм и их особенности.
8. Государственное управление: понятие, органы, правовое регулирование.
9. Административные правонарушения: понятие и виды.
10. Административная ответственность и административное наказание. Виды административных наказаний.
11. Понятие, предмет, задачи и принципы, источники уголовного права.
12. Понятие преступления, его признаки и категории.
13. Состав преступления.
14. Обстоятельства, исключающие преступность деяния.
15. Уголовная ответственность, уголовное наказание. Основания освобождения от уголовной ответственности и наказания.
16. Понятие и формы соучастия. Виды соучастников.
17. Понятие и структура гражданского правоотношения. Лица в гражданском праве.
18. Право собственности. Порядок приобретения и прекращения.
19. Гражданско-правовые сделки, их виды, условия действительности.
20. Договоры, классификация договоров, порядок заключения и расторжения.
21. Обязательства: понятие, виды, ответственность за нарушение обязательств. Способы обеспечения обязательств.
22. Наследственное право РФ: общие положения. Наследованию по закону Наследование по завещанию. Принятие и отказ от наследства.
23. Понятие брака: понятие порядок заключения и прекращения брака.
24. Личные неимущественные и имущественные права и обязанности супругов. Брачный договор.
25. Права и обязанности супругов, родителей и детей: понятие, виды. Алиментные обязательства членов семьи.
26. Трудовой договор. Существенные условия труда. Трудовая дисциплина. Трудовые споры: понятие, виды, порядок разрешения.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Компенсация морального вреда, чести и деловой репутации физических и юридических лиц.
2. Защита прав потребителей в РФ.
3. Порядок раздела наследства по соглашению между наследниками.
4. Завещательный отказ.
5. Завещательное возложение.
6. Недействительные завещания в судебной практике РФ.
7. Брачный контракт.
8. Общая собственность супругов.
9. Приемная семья.
10. Опека и попечительство.
11. Усыновление (удочерение).
12. Материальная ответственность работодателя.
13. Коммерческая тайна.
14. Служебная тайна.
15. Расторжение трудового договора по инициативе работодателя.
16. Гарантии и компенсации работникам.
17. Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности.
18. Преступления в сфере экономики.

19. Необходимая оборона и условия ее правомерности.
20. Основания освобождения от уголовной ответственности.
21. Основания освобождения от уголовного наказания.
22. Право граждан на благоприятную окружающую среду**.**
23. Государственный ветеринарный надзор.
24. Допуск к государственной тайне.

Кейс-задания к Разделу 2.

1. Кейс. В суд с иском обратился Е.С. Ковалев о расторжении брака с Т.М. Ковалевой. Одновременно, Ковалев просил передать ему на воспитание двоих детей 8 и 6 лет, поскольку Ковалева уже больше года не занимается их воспитанием. В судебном заседании Ковалева не возражала против расторжения брака, но просила детей передать ей, пояснив, что ушла из семьи и не воспитывала все это время детей из-за неприязненных отношений с мужем. Кроме того, истец всячески препятствовал ей в возможности видеться с детьми и проводить с ними время. Ковалева просила суд оставить ей после расторжения брака фамилию мужа, против чего он категорически возражал. Ответьте на следующие вопросы: Какими критериями должен руководствоваться суд при решении вопроса о детях? Имеет ли юридическое значение возражение Ковалева против оставления ответчице его фамилии? Кто будет рассматривать этот вопрос?

2. Кейс. В суд обратилась с иском к бывшему мужу Михайлова о разделе имущества на сумму 30 тыс.400руб. Михайлова также просила увеличить ее долю в связи с тем, что с ней осталось проживать двое несовершеннолетних детей (8 и 14 лет). Кроме того, истица просила выделить ей из спорного имущества автомашину и гараж, так как дети нуждаются в летнем отдыхе и, имея автомашину, она смогла бы возить их за город. Михайлов признал частично и указал, что из совместно нажитого имущества, подлежащего разделу, должны быть исключены автомашина и гараж (общей стоимостью 20 тыс. 400 рублей), так как они были приобретены на полученные им авторские вознаграждения за опубликованные научные труды. Одновременно, Михайлов просил суд включить в опись имущества, подлежащего разделу, женские ювелирные украшения из золота и серебра, которые остались у истицы. Ответьте на следующие вопросы: Являются ли автомашина и гараж личным имуществом Михайлова? Подлежат ли разделу, как общее совместное имущество супругов, женские ювелирные украшения?

3. Кейс. Супруги Романовы состояли в браке с 1979 года по июль 1999года. В апреле 2001 года Романова обратилась в суд с иском о взыскании с бывшего супруга средств на свое содержание, поскольку она стала нетрудоспособной (инвалид 2-й группы), а пенсии по инвалидности ей не хватает. В заявлении истица указала, что у ответчика высокооплачиваемая работа, и он в состоянии предоставить ей содержание. Инвалидность Романовой была установлена в июне 1999года. Ответьте на следующие вопросы: Подлежит ли иск удовлетворению? В каком размере могут быть взысканы алименты на содержание Романовой?

4. Кейс. Став инвалидом, гражданка Ф. получала очень маленькую пенсию, поскольку в течение 12 лет замужества нигде не работала. Нуждаясь в средствах для существования, гражданка Ф. подала иск в суд на взыскание алиментов с бывшего супруга, который расторгнул брак после того, как она стала инвалидом. Статьи какого кодекса станут основанием для рассмотрения дела в суде? Назовите участников правоотношения при рассмотрении дела в суде. Как суд решит проблему гражданки Ф.? Почему?

5. Кейс. Приведите примеры гражданских, семейных и административных правоотношений. Какие признаки этих видов правоотношений положены в основу приведенных вами примеров? Какие существуют юридические способы разрешения противоречий, возникающих в данных правоотношениях?

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографиче-

ских данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения

автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;

- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Система-

тическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1. ФОРМИРОВАНИЕ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА: ГОСТЬ, ПУТЕШЕСТВЕННИК, ТУРИЗМ

Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИСТОРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема лекционного занятия 1.1: История понятий и терминов. Мотивация и сервис путешествий в античные времена и средневековье

Цели занятия: сформировать представление об основных понятиях в сфере туризма, периодах становления туризма и гостеприимства в античное время и средневековье и мотивациях путешествий в данный период времени.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера; частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

В начале формирования человеческого общества путешествия, несомненно, были необходимы для выживания человечества. Люди периодически перемещались с места на место в поисках пропитания или для обеспечения собственной безопасности. Позднее, когда человек начал вести оседлый образ жизни, путешествия стали приобретать иной смысл. С незапамятных времен многие путешествия мотивировались простым человеческим любопытством, например, желанием узнать, что находится за самым дальним холмом или на другом берегу широкого водного пространства. Этот вид путешествий - что-то узнать, за чем-то понаблюдать, развлечься и отдохнуть - мог не иметь никакой определенной экономической, политической или познавательной цели. Вероятно, он не имел никакого сиюминутного эффекта, кроме чьего-либо личного интереса к неизведанному, но его результаты были тогда так же значимы, как и теперь: одни люди рассказывают о своих приключениях, после чего другие люди стремятся повторить их опыт. В античный период большинство путешествий предпринималось с целью обмена товарных излишков, произведенных в одном регионе, на товары, имеющиеся в другом. Кроме того, путешествия становятся неотъемлемым спутником военных действий. Поездки часто носили учебный характер: известно, что десятеричная система счисления, как и алгебра в целом, основы буквенной письменности, многие познания в астрономии, навигации и т.п. "мигрировали" из Азии в Грецию в умах будущих известных ученых-философов. Остальные побудительные мотивы путешествий можно свести к спортивным (помимо знаменитых Олимпийских игр, собиравших в Элладе фактически все Средиземноморье, так, что даже приостанавливались войны, существовал целый ряд аналогичных спортивных состязаний разного масштаба) и религиозным (уже в те времена зарождается понятие пилигримства). Несмотря на то, что большинство поездок в период античности и совершались, как мы видим, не с развлекательными целями, в Европе во времена Римской империи возникает новый вид путешествий - досуговый туризм. Римляне из богатых семей часто ездили в Грецию для пополнения образования. Постепенно эти поездки приобрели развлекательный характер: путешествия в Грецию совершались всей семьей или холостыми богатыми римлянами- мужчинами ради отдыха, главным образом к теплым минеральным источникам. Уже в те времена можно было выделить два типа путей: сухопутные и

водные. Поскольку античная цивилизация родилась в Средиземноморье, а также в дельте Нила и Месопотамии - долине между Тигром и Евфратом - водные пути были основными. Передвигаться морем, особенно с торговыми целями, было гораздо легче, чем путешествовать пешком, поскольку тогда было мало видов сухопутных транспортных средств. Ездовые животные (лошади, слоны) использовались в подавляющем большинстве случаев для передвижений войск и в сражениях, реже - для путешествий правителей. Высокопоставленные лица часто преодолевали небольшие сухопутные расстояния в паланкинах - своеобразных тканевых домиках, поставленных на носилки и переносимых рабами. Таким образом, основными путями в то время были морские и речные как более быстрые и удобные. Были широко распространены легкие камышовые и папирусные лодки (Египет, Месопотамия). Аналогичные лодки, а также плоты из бальсовых бревен с загнутыми носом и кормой позже обнаружат у индейцев Центральной и Южной Америки. На таких плотах аборигенные цивилизации Америки перемещались вдоль океанических берегов уже в 1 в. до н.э. Долговечные камышовые плоты строили арабы из нижнего течения Тигра и Евфрата. Позднее на смену им пришли дощатые суда, технику изготовления которых быстро освоили греки. Древнейшее из сохранившихся до наших дней принадлежало фараону Хеопсу и датируется 2700 г. до н.э. О роли, которые играли средства мореплавания в жизни Средиземноморцев, свидетельствует тот факт, что в одной из опустыненных (на данный момент) областей Египта среди обнаруженных петроглифических значков наряду с изображениями людей и животных преобладают изображения камышовых ладей морской (серповидной) конструкции - то есть с загнутыми носом и кормой, в древнеегипетской письменности слово "главный" изображалось человеком, стоящим на корме лодки (рулевым). Средиземное море и Персидский залив буквально исчерчены маршрутами древних плаваний. Так, основной ярмаркой месопотамских и египетских мореплавателей был остров Бахрейн в Персидском заливе. Греческие маршруты также в большинстве своем были связаны с Азией (реже - с Египтом, с которым у греков были напряженные отношения). Что касается сухопутных путей, уже в I в. до н.э. в Римской империи существовали главные дороги, предназначенные, в основном, для передвижения гонцов с государственными поручениями. Вдоль таких дорог на расстоянии одного дня езды на лошади, а также в городах существовали государственные постоялые дворы с минимумом удобств, предназначенные лишь для кратковременных остановок. Как уже сказано, инфраструктура отдыха и развлечений сформировалась гораздо позже, а тогда поездки, как и наличие средств передвижения, являлись сугубо частным делом.

Тема лекционного занятия 1.2.: Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Формирование инфраструктуры путешествий: дилижанс и гостиница

Цели занятия: изучить специфику распространения практики путешествий в разных странах и регионах; изучить главные события в истории туризма и сервиса, которые означали развитие и совершенствование этой сферы деятельности в период эпохи «круглой земли».

Методы и средства обучения, основные методические приемы: объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера; частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Взгляд и сознание средневекового путешественника были ограничены известными землями. Узкий горизонт представлений о мире порождал бедность представлений о назначении человека, смысле его существования. Переход к Новому времени историки условно обозначили термином «фактор 1500», имея ввиду радикальные перемены в самой картине мира, которые

совершились вокруг исторического рубежа 1500 г. Можно выделить три масштабных направления этих перемен:

- Великие географические открытия, полностью изменившие представление об окружающем мире;

- научная и техническая революция, которая поставила человека в новое положение по отношению к природе. Изменила источник знания о мире с религиозного на научный;

- «открытие человека» культурой Ренессанса, на основе которого возникла светская культура и сформировалось мировоззрение Просвещения.

Для туризма все эти радикальные перемены имели жизненно важное значение. Собственно, сам туризм начинается именно с Нового времени, сменив подвиги первопроходцев и одиноких путешественников. Великие географические открытия XVI-XVII вв., рисовавшие картину «круглой земли», перевернули жизненный мир и сознание средневекового человека. Мир стремительно расширился, в нем появились новые земли, страны, народы, культуры. В поле зрения европейцев возникли Америка, Индия, далекий Китай, Австралия, острова Тихого океана, весь Африканский континент. Начиная с поворотного для европейской цивилизации 1500 г, наступает, пос ловам историков, эпоха «круглой земли». Понимание огромного мира, соединенности земель и народов через океаны, появление профессиональных карт, усовершенствование компаса, глобуса, каравелл, способных преодолевать океаны, - все это радикально изменило картину мира европейца: исчезли границы ойкумены, мир «распахнулся». Научное и чувственное, через светскую культуру «открытие мира» представило жизнь и пространство книгой, доступной для чтения и познания. Начиная с эпохи Возрождения формируется «мир-Европа». Ключом к Новому времени стала эпоха Великих географических открытий, которая в основном пришлась на XVI-XVII вв.В это время европейские страны, ограниченные с востока арабским миром и активной Османской империей, искали новые пути в сказочную Индию — страну несметных богатств. Первооткрывателями новых земель становились морские державы Голландия, Испания, португалия, владевшие тогда самым сильным и совершенным флотом. Составление карт и усовершенствование компаса позволили совершать морские плавания в открытое море, без видимой земли. Поиски земель «за морями» были вызваны не только потребностями международной торговли и экспансионистской политикой сильных европейских держав, искавших новых «поданных короны». Это было еще и результатом огромных культурных сдвигов в сознании европейцев, переживавших эпоху Возрождения. Жажда открытий, культ науки, ремесел, жизненного успеха стали мощным мотивом для многочисленных авантюристов и искателей сокровищ, отправляющихся на поиски новых земель, при этом часто рискуя жизнью. Будоражила умы и идея шарообразности Земли, которую продвигала наука. Великие открытия Н. Коперника, Г.Галилея, Т.Браге, новые издания дневнегреческого астронома и географа Птолемея питали желание достичь сказочных земель на востоке, двигаясь на запад. Уже Христофор Колумб воспользовался картой, основанной на понимании шароообразности Земли. Путешествие Колумба обозначило период лидерства Испании и Португалии в открытии новых земель. Завершился испано-португальских открытий кругосветным путешествием Ф. Магеллана. Открытие Южного континента (Австралии), тихоокеанских островов, достижение льдов Антарктиды довершили картину «круглой земли» и новое понимание мира. Великие географические открытия соединились с революционными изменениями понимания жизни и назначении человека.

Раздел 2. ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В XVIII – XX вв.

Тема лекционного занятия 2.1.: Становление и продвижение основных видов туризма в Новое время. Ресторан и гостиница: гости и хозяева.

Цели занятия: сформировать навыки анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи

Методы и средства обучения, основные методические приемы: объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение ма-

териала лекции, объяснение, показ практического примера; частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

К концу XVIII в. благодаря смелым экспедициям путешественников многих стран были открыты и исследованы большая часть земной поверхности, моря и океаны, проложены важнейшие морские пути, связывающие материки между собой. Для XVIII в. характерно появление совершенно новых целей путешествий - развлечение и отдых на природе. Благодаря романам Ж. Ж. Руссо «Эмиль, или О воспитании» и «Юлия, или Новая Элоиза» в Европе стали популярными путешествия в живописные места, описания которых давались в этих произведениях. Со второй половины XVIII в. Франция становится центром просвещения. В Париж постоянно приезжали иностранцы и провинциальные французы разных сословий с целью получения образования. В XVIII - начале XIX в. среди молодых людей европейских стран получили распространение «гран-туры» по крупным городам Европы с познавательной целью и для приобретения определенного престижа. Владельцы частных воспитательных пансионов зачастую включали в программу обучения путешествие по Европе для совершенствования в языках и приобретения жизненного опыта. Наибольшее число путешествий в XVIII в. совершалось жителями Англии. Основные направления туристских потоков Европы были связаны с Италией и Швейцарией. Туристские ресурсы, привлекавшие путешественников в эти страны, были разными: в Италии - памятники античности и средневековья, в Швейцарии - сказочная природа. Эти ресурсы формировали определенную целевую специализацию туристских потоков в конце XVIII - первой половине XIX в. Обе страны по тем временам предоставляли туристам услуги высокого уровня. Благоприятная внутренняя политическая обстановка также способствовала посещению этих государств иностранцами. С течением времени получают все большее распространение путешествия с познавательной целью для осмотра произведений искусства. К середине XIX в. контингент туристов расширился за счет интеллигенции и студентов, располагавших определенным достатком. Наряду с традиционными европейскими курортами с минеральными и термальными источниками, известными еще со времен Римской империи (Баден-Баден, Мариенбад, Карлсбад, Виши), приобрели популярность морские курорты. Как правило, мода на определенные курорты была связана с посещением их высшими особами. В отличие от культурно-познавательного туризма в Италию и другие европейские страны оздоровительные поездки «на воды» вплоть до конца XIX в. были аристократическим видом туризма. Вторая половина XIX в. характеризуется началом развития массового туризма для всех сословий. Изобретение Фултоном парохода (1807 г.) и Стефенсоном паровоза (1814 г.), совершенствование почтовой связи и дорожно-транспортных коммуникаций дали возможность удешевить и ускорить путешествия, сделать их более комфортными и безопасными.

Переселение европейцев в Америку также способствовало развитию массового международного туризма. В результате научно-технического прогресса увеличивалась производительность труда, а борьба трудящихся за социальные права привела к повышению их благосостояния и появлению свободного времени (выходные дни, оплачиваемые отпуска). Это дало возможность включиться в туризм людям среднего класса. Среди чиновников и служащих широкое распространение получили летние выезды на дачу.

Тема лекционного занятия 2.2.: Эпоха железных дорог и массового туризма. Фирма Томаса Кука.

Цели занятия: сформировать навыки установления особенностей различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение ма-

териала лекции, объяснение, показ практического примера; частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Первое путешествие, которое стало прототипом будущих пакет-туров, организовал в 1841 г. Томас Кук для членов Общества трезвости. Комплекс услуг включал 20-мильную поездку по железной дороге, чай, булочки и духовой оркестр. Поездка стоила один шиллинг, в ней участвовало 570 человек. В 1851 г. Т. Кук организует поездку для 165 тыс. человек в Лондон на первую Международную промышленную выставку, затем - во Францию на Всемирную выставку (1855 г.). В последующие годы Т. Кук организовывал поездки в другие города Европы, а в 1866 г. первые группы английских туристов посетили США. Во второй половине XIX в. уже появляются бюро путешествий, например «Райзебюро Штанген» в Германии (Бреслау, 1863 г.). Фирма имела хорошие контакты с пароходными компаниями и до первой мировой войны занималась организацией увеселительных поездок.

Развитие массового внутреннего и международного туризма способствовало строительству высококлассных гостиниц, развитию ресторанного бизнеса.

Таким образом, начиная с XVIII в. появляется постоянный спрос на путешествия. Поездки с туристскими целями совершались как внутри стран, так и за их пределами. При этом основными целями путешествий являлись; образование, интерес к достопримечательностям культуры, оздоровление, мода. Формируются международные туристские центры: Франция, Италии, Швейцария, морские курорты. Развитие коммуникационно-дорожной системы, использование в туристских целях новых видов транспорта способствуют появлению элементов комплексного обслуживания туристов (прототипы пакет-туров), совершенствуются услуги проживания и питания.

В XX века в гостиничный бизнес пришли талантливые люди, имена которых во всем мире ассоциируются с высочайшим уровнем сервиса и комфорта, такие как Элсворт Статлер, Конрад Хилтон, Эрнст Хендерсон, Уиллард Мариотт и другие. При них отели приобретают современную суть и разнообразие.

В середине 50-х годов XX века автомобильная и авиационная промышленность определили гостиничный бум во всем мире. Появление широкофюзеляжных самолетов, позволяющих перевозить одновременно гораздо большее количество пассажиров, резко снизило стоимость авиаперевозок, и послужило началу небывалому в истории туристическому буму 50-х и 60-х годов. Гостиничная база превращается в это время в совершенно новую индустрию услуг, предоставляя гостю полноценный сервис по размещению, питанию, развлечениям, отдыху и т.д. Именно в это время начинает развиваться индустрия туризма, на рынке труда появляется новая профессия - турагент и туристический бизнес принимает известные нам формы. Отель из дома с меблированными комнатами, предназначенного для временного проживания людей, превращается в полносервисный туристический комплекс, в котором оказывается множество разнообразных услуг. Возникают отели при аэропортах, отели для бизнесменов в торговых центрах больших городов, курортные отели, молодежные отели и т.д.

Увеличиваются тенденции к специализации отелей. В то же время растет число гостиничных объединений цепей, ассоциаций, тем самым унифицируются услуги в различных уголках земного шара. Одним из преимуществ гостиничной цепи является единообразие предоставляемых услуг, в какой бы стране мира турист не воспользовался услугами отеля, принадлежащего к определенной цепи. Например, если турист размещается в отеле Шератон, то он вправе ожидать приблизительно одинаковый уровень сервиса и комфорта в Европе, Африке или в Азии.

Значительные изменения происходят и в ресторанном бизнесе.

В 1921 г Уолтер Эндерсон и Билли Ингрэм основали сеть гамбургерных закусочных, которую они назвали White Castle (Белая крепость). Это название они выбрали потому, что белый цвет символизирует чистоту, а крепость - основательность и надежность. Белые оштукатуренные стены закусочных сразу привлекли к себе внимание, хотя за ними посетитель мог увидеть лишь небольшое помещение с несколькими стульями, да плиту со сковородка-

ми для поджаривания гамбургеров. От клиентов не было отбоя, и за следующих 10 лет сеть White Castle расширилась до 115 заведений.
Появление новых видов транспорта меняло природу гостиничной индустрии. Развитие ж/д привело к созданию системы питания на вокзалах, а также привокзальных гостиниц. Также воздушный транспорт явился катализатором строительства гостиниц в районе аэропортов. На автодорогах стали возникать гостиницы для автомобилистов – мотели.
В 1970-е годы в индустрии гостеприимства появились новые типы заведений, например, Taco Bell, TGI Friday's, Houston's и Red Lobster — в ресторанном деле и Days Inn, Super 8 Motels и Comfort Inns — в гостиничном.
В России в 1911—1912 годах по проекту архитектора Лидваля была построена гостиница "Астория", считавшаяся в то время лучшей гостиницей Санкт-Петербурга. При ней был открыт ресторан с французской кухней.
В первые годы XX века в Москве были построены гостиницы высочайшего класса: "Метрополь", "Боярский двор", "Националь".
После революции большая часть гостиничного фонда была национализирована. Многие гостиницы были перепрофилированы (например, гостиница «Астория» в Санкт-Петербурге стала местом размещения Петроградского Совета рабочих и крестьянских депутатов, а «Националь» в Москве – местом размещения правительства). Идеология новой власти пропагандировала разрушение рыночной экономики, и поэтому происходит отказ от любой прибыли, и доходы от гостиничной индустрии направляются на развитие тяжелой промышленности.
Таким образом, в XIX — начале XX вв. продолжают сохраняться и получают свое дальнейшее развития все те виды туризма, которые существовали в предыдущее время. Революционным же является возникновение массового туризма, что стало возможным благодаря коренному изменению в средствах транспорта и связи и появлению «среднего класса», а также повышению общего уровня и качества жизни в ведущих индустриальных странах мира.

МОДУЛЬ 2.

Раздел 3. ПУТЕШЕСТВИЯ И ГОСТЕПРИИМСТВО В ЦАРСКОЙ РОССИИ

Тема лекционного занятия 3.1.: Предыстория туризма в России. Добровольно-общественная форма организации туризма в России

Цели занятия: сформировать навыки установления особенностей развития туризма и гостеприимства в дореволюционной России.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера; частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

В России к XVIII в. существовало немало постоялых и гостиных дворов, которые в крупных городах выполняли различные функции, в них осуществлялась торговля, коммерческие и купеческие сделки. В Москве многие постоялые дворы сохраняли прежние названья — подворья, которые располагались в основном к западу от Кремля. Троицкий, Саввино-Сторожевский и другие монастыри имели в Москве подворья, в которых останавливались не только паломники, но и миряне. Так, в Китай-городе со временем стали останавливаться богатые купцы, что привело к превращению подворий в торговые представительства с конторами на втором этаже, лавками на первом и гостиницами на третьем. Развитие гостиничного бизнеса становится экономически выгодным, и многие московские купцы начали вкладывать свои деньги в строительство целых комплексов — гостиница, склад, деловой центр. Были открыты Кокоревское, Чижовское, Троицкое и Староварваринское подворья. Эти комплексы, занимавшие не-

редко целые кварталы, назывались по фамилиям владельцев. К примеру, Чижовское подворье на Никольской улице принадлежало купцам братьям Чижовым. Именем богатого московского купца В.А. Кокарева было названо Кокоревское подворье на Софийской набережной. Кокоревское подворье было самой большой гостиницей того времени, в которой останавливались известные люди: писатели Д.Н. Мамин- Сибиряк, композиторы П.И. Чайковский и А.С. Аренский, художники И.Н. Крамской, В.В. Верещагин, И.Е. Репин, В.Д. Поленов и другие. Становлению системы гостеприимства способствовало появление «Положения о гостиницах, ресторациях, кофейных домах, трактирах и харчевнях», утвержденного указом 2 февраля 1821 г. Это положение регламентировало правила содержания гостиниц, ресторацій и трактиров. В Москве на протяжении всего XIX столетия шло строительство новых и переустройство старых гостиниц. Показательна в этом отношении судьба строения в самом начале Тверской улицы, где располагался известный в то время трактир. К середине века трактир пришел в упадок, ив 1876 г. здание было куплено купцом 2-й гильдии С.С. Карзинкиным. На этом месте он выстроил огромное здание, в котором разместил «Товарищество Большой Московской гостиницы», о роскоши которой писал русский писатель, журналист, бытописатель Москвы Владимир Алексеевич Гиляровский (1855—1935) в книге «Москва и москвичи». Как отмечают историки города, если в самом начале века в Москве насчитывалось всего семь гостиниц, то в середине века их было уже несколько десятков. Во второй половине XIX в. в Москве можно было найти пристанище на любой вкус: от дешевых ночлежек и меблированных комнат без завтрака до настоящих фешенебельных гранд-отелей. К концу века появляются недорогие гостиницы для людей со средним или низким уровнем дохода, так называемые меблированные комнаты.

В столичном Санкт-Петербурге было немало средств размещения мирового уровня, которые дошли до наших дней и составляют сегодня «золотой фонд» города. В 1875 году по адресу Невский проспект дом 36 открыла свои двери для гостей гостиница «Европейская», ныне «Гранд Отель Европа», в котором останавливались и коронованные особы, и видные политики, и представители творческой интеллигенции. Развитие промышленного производства приводит к росту городов по всей стране, численности их населения, а также расширение торговых и других связей между российскими городами и губерниями оказывает благоприятное воздействие на развитие гостиничного хозяйства Российской империи. Москва славилась своим хлебосольством и гостей встречала многочисленными питейными заведениями и трактирами. Один из первых в городе трактиров появился в XIX в. в доме купца Т.Д. Шевалдышева на Никольской улице. По этому питейному заведению переулок какое-то время назывался Истерийским. Название произошло от искаженного латинского слова — «австерия». Именно так при Петре 1 именовали игорные и питейные дома. Первой из них стала «Австерия», расположенная с 1705 г. на Троицкой площади, у северо-восточной стены Петропавловской крепости. Отличительной чертой московских трактиров была русская национальная кухня и складывающиеся практически в каждом трактире свои обычаи и традиции. В дореволюционной России существовали трактиры, ориентированные на различные слои населения. В 1874 году в Москве открылось заведение, которое отличалось от трактира своей кухней и тем, что там работали не обычные работники («половые»), а официанты во фраках и белых перчатках, которых именовали «люди». Таким первым рестораном стал «Славянский базар» на Никольской улице. Само слово ресторан вошло в употребление только в начале XX в., до этого в России широко использовалось слово «ресторация», образованное от польского restauracja, родственного латинскому restauratio.

Тема лекционного занятия 3.2.: Туризм как бизнес в императорской России

Цели занятия: сформировать систему знаний об индустрии туризма в России в 19 — начале 20 века.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера; частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Оздоровительный и лечебный туризма связан с освоением мест, имеющих целебные источники, особенно благоприятный климат или иные возможности для оздоровления. Целебные источники в России впервые получили лечебное значение в правлении Петра I. Деятельный государь, жаждущий устроить все в России, как в Европе, несколько раз бывал на курорте в Карлсбаде и распорядился отыскать подобные места с целебными водами в России. В 1714 году при строительстве заводом в районе Петрозаводска обнаружились источники с целебными свойствами воды. Здесь и сейчас существует деревья с названием «Дворцы», где был построена первая лечебница.

В конце 19 века были открыты кавказские минеральные воды. А так как вэтот период шла война с горцами, первыми пациентами были солдаты. Русские гарнизоны основывали небольшие крепости, под чьей защитой находись и первые курортники Кавказских минеральных вод. Первый сезон в 1798 году прошел под охраной солдат, а в 1803 году была заложена крепость, из которой вырос знаменитый Кисловодск. Только во второй половине 19 века, после окончания Кавказской воны этот курорт интенсивно стал обустраиваться по европейскому образцу. В 1863 году в Пятигорске стала выходить первая русская курортная газета. Открытие Владикавказской железной дороги в 1875 году было чрезвычайно важным фактором развития курортов на Северном Кавказе. Аналогичные грязелечебницы возникли и на территории Крыма в районе Евпатории, где были открыты лечебные грязи. Позже подобные курорты возникли вблизи Липецка, Старой Руссы, на Сергиевских минеральных водах. К 1917 году в России насчитывалось около 40 подобных курортных центра, которые относятся к категории спа-курортов.

Мода на морские купания не обошла и Россию. Во второй половине 19 века аквтивно растут курортные города на Кавказе и в Крыму. Ялта, Евпатория, Сочи, Анапа формируются как бальнеологические курорты. Сочи, благодаря своим уникальным природно-климатически условиям, стали называть «Кавказской Ривьерой». После присоединения Крыма к Российской империи среди аристократии стала распространяться мода на пляжный отдых на юге. Земли блих Ливадии, Мисхора, Алупки, Гурзуфа быстро раскупались представителями знати и стали возводиться дворцы, которые стали основой курортной местности. В середине 19 века курортные функции стала обретать и Одесса. Удачное благоустройство города, близость к Европе, морское сообщение способствовали развитие в нем курортного дела. К началу 20 века Россия имела 36 в той или степени обустроенных курортов, в которых работали 60 санаториев, составляющих основную лечебную и рекреационную базу. Правда, главным оздоровительным фактором для большинства населения и страны оставалась баня с ее особым ритуалом.

Почти все иностранцы, писавшие о России, сообщали подробные известия о ее столице и жизни в ней. Однако помимо гостиных дворов, создаваемых иноземными купцами и посольских помещений никаких иных учреждений гостеприимства ни в Москве, ни в других городах до XVIII века не существовало. Гостеприимство относилось к категории личных добросердечных отношений, но никак не к сфере коммерции. Обширность слабо освоенного пространства в России затрудняла создание инфраструктуры туризма в виде дорог, средств передвижения,

учреждений питания и гостиниц. Если путешествие из Москвы в Петербург с остановками и ночевками могло продлиться до 2-х недель, то путешествие в Сибирь могло продлиться год. Появление первой железной дороги в России в 1837 году, которая соединяла Санкт-Петербург и Царское село носило увеселительный характер. Железнодорожный бум эпохи Великих реформ во второй половине 19 века обусловил создание сети железных дорог. Железнодорожная сеть в России с самого начала была ориентирована не только на грузовые перевозки, но и на стратегические цели коммуникаций и пассажирские перевозки.

Отельное дело в России в конце 19-начале 20 века: правовая классификация «домов временного пребывания», то есть гостиничных заведений, была предпринята в России только в 1894 году, когда все заведения подобного назначения разделили на несколько категорий, которые в целом сравнимы с классификацией гостиниц в Европе: гостиницы, постоялые дворы, заезжие дома, меблированные комнаты, ночлежные дома. С этого времени сервис питания и сервис ночлега более отчетливо отделены друг от друга. В середине 19 века, когда в российских городах появились новые предприниматели и немало иностранцев, стали возникать и гостиницы, в большей степени соответствующие европейским правилам сервиса. В это же время в столице существовало более 300 предприятий, которые относили себя к категории гостиниц. Формировалась собственная школа отельного бизнеса.

К концу XIX — началу XX вв. в России под влиянием западной культуры получают распространение кондитерские, различные кафе и рестораны. Если Москва славилась своими чайными, то Петербург — кофейнями, где подавали вкусные пирожные. Начало XX в. знаменуется расцветом ресторанного бизнеса в городах России, которые начинают вытеснять традиционные трактиры, превращающиеся в питейные заведения для людей низких сословий.

Крупные рестораны выписывают поваров из Франции, чтобы обеспечить изысканность своей кухни. Активно внедрялся фирменный стиль обслуживания посетителей. Помимо музыки, гостей развлекали бильярдом, петушиными боями. Обслуживающий персонал был одет в униформу, которая была различной в зависимости от типа заведения общего питания. Так, в ресторанах официанты были во фраках и белых перчатках, в трактирах гостей обслуживали половые из крестьян в белых фартуках. В процессе обслуживания персоналу предписывалось уважительное отношение к гостям, от официантов требовалось умение положительно воздействовать на них как на рациональном, так и на эмоциональном уровне.

Раздел 4. ИННОВАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ В XX ВЕКЕ

Тема лекционного занятия 4.1.: Развитие туризма и гостеприимства в советскую эпоху

Цели занятия: сформировать систему знаний о развитии туризма и гостеприимства в России в 20 веке в советский период.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера; частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Пролетарский туризм. Ведомственный (профсоюзный) туризм, самодеятельный туризм второй половины XX века. Советское экскурсионное движение в рамках Российского общества туристов. Формирование и эволюция концепции пролетарского туризма. Деятельность общества пролетарского туризма и экскурсий по реализации концепции проле-

тарского туризма. Новые виды и мотивация советского туризма в деятельности Общества пролетарского туризма и экскурсий. Инновационные характеристики советского пролетарского туризма. Пролетарский туризм: организация движения и длительность. Пролетарский туризм: сервис путешественника. Ведомственный (профсоюзный) и самодеятельный туризм второй половины XX века.

Первый (1917-1936 гг.) - характеризуется созданием социально-экономических условий, зарождением и организационным становлением экскурсионного и туристского движения. В условиях восстановления и реконструкции народного хозяйства, развертывания культурной революции создаются первые учреждения пролетарского туризма, которые призывали активизировать массовый отдых трудящихся, удовлетворить их потребности в изучении культурных ценностей и природы Родины. К началу 20-х гг. начинает складываться география туризма. Если в 1918 г. походы и поездки осуществлялись локально (внутри Московской и Петроградской областей), то в 1921-1924 гг. начинают проводиться туристские выезды за их пределы. Первым всесоюзным маршрутом становится массовая поездка на Всесоюзную сельскохозяйственную выставку в Москву. К туризму как одной из прогрессивных форм организации отдыха трудящихся начинает обращаться большое количество учреждений. Значительная роль в общественно-политической деятельности принадлежала газете «Комсомольская правда». В декабре 1926 г. газета создала при редакции штаб и явилась одним из инициаторов развития массового туризма. К концу 20-х гг. в рамках общих задач культурной работы возникла необходимость упорядочения управления туризмом и экскурсиями в целом по стране, создания целевой организации, способной предоставить населению содержательные и дешевые туристские путешествия. Предстояло разработать четкую идеологическую основу туризма, создать материальную базу, кадры, маршруты, сделать его полезным для народного хозяйства. Всесоюзный центральный совет профессиональных союзов (далее ВЦСПС), Всесоюзный ленинский коммунистический союз молодежи (далее ВЛКСМ) и Наркомпрос (1924-1928 гг.) стали руководителями туристско-экскурсионной работы в стране. В 1927 г. ВЛКСМ создал Центральное бюро массового туризма, которое расширило географию туризма и экскурсий, предложив трудящимся 39 примерных маршрутов по шести регионам страны: Северо-Западному, Центрально-Промышленному, Средне-Волжскому, Уралу, Крыму, Кавказу. Объединение усилий профсоюзов и комсомола по вопросам туристской работы позволило ввести льготный тариф железнодорожного проезда по маршрутам, арендовать помещения, накапливать снаряжения, то есть предоставлять трудящимся услуги, частично оплачиваемые профсоюзами. По мере расширения сети местных туристских организаций совершенствовалась ее организационная структура. Это способствовало повышению роли низовых ячеек. В них заслушивались отчеты и пожелания туристов, на основе которых составлялись методические рекомендац ии для новых путешествий, походов, поездок, накапливались данные по краеведению. Инициатором и организатором развития массового туризма стал комсомол, развернувший с середины 20-х гг. широкую деятельность по организации досуга молодежи. Центральный комитет Всесоюзного ленинского коммунистического союза молодежи (далее ЦК ВЛКСМ) и редакция газеты «Комсомольская правда» в январе 1927 г. провели совещание по организации массового туризма. Все его участники высказали мнение о том, что туризм должен получить широкое распространение, стать мощным средством повышения культурного и политического уровня молодежи, способствовать ознакомлению с историей и современной жизнью страны. Подчеркивалось оздоровительное значение походов, их возможности для развития общественной самодеятельности. На совещании была создана комиссия по туризму при ЦК ВЛКСМ и редакции «Комсомольской правды». Комиссия начала свою работу с пропаганды. На страницах «Комсомольской правды», затем почти во всех местных молодеж-

ных газетах печатались статьи о туризме, давались советы по технике путешествий, рекомендации примерных маршрутов, сообщения о первых начинаниях. При губернских и уездных комитетах комсомола начали образовываться бюро туризма, а при ячейках - туристские секции. В 1927 г. в Москве возобновило свою деятельность дореволюционное Российское общество туристов (далее РОТ). В июле 1928 г. Общество пролетарского туризма (далее ОПТ) приступило к практической работе, ориентируясь, в первую очередь, на пожелания трудящихся. Уже в первый год существования общество обслужило более 300 тыс. человек. В 1929 г. был утвержден Устав ОПТ. Общество пролетарского туризма РСФСР сразу вышло на первое место по популярности у трудящихся и объему работы. Оно осуществляло 90 % туристско-экскурсионной работы в стране. Деятельность ОПТ охватывала не только взрослое население. С 1929 г. при ОПТ стали организовывать детские туристско-экскурсионные станции. Создание ОПТ означало переход к массовой организованной туристско-экскурсионной работе, однако ему явно не хватало материальных ресурсов. Поэтому для укрепления и развития массового туристского движения в стране Совнарком СССР в марте 1930 г. принял постановление о слиянии акционерного общества «Советский турист» с Обществом пролетарского туризма РСФСР и создании Всесоюзного добровольного общества пролетарского туризма и экскурсий (далее ОПТЭ). Второй этап ознаменовался возрастающей массовостью туризма и требовал дальнейшего развития соответствующей материальной базы, что, в свою очередь, вызывало необходимость привлечения дополнительных материальных и денежных средств. Строились и арендовались у различных организаций туристские лагеря, кемпинги, базы, приюты, горные хижины, палаточные лагеря, предприятия туристского материального производства. К началу второй пятилетки в системе ОПТЭ насчитывалось около 300 своих и арендуемых баз, фабрик, ремонтных мастерских и магазинов туристского снаряжения, фотоателье, пунктов проката и других предприятий. ОПТЭ выпускало периодические журналы «Всемирный турист», «На суше и на море» (сначала ежемесячно, затем два раза в месяц) и организационно-методический ежемесячник «Турист-активист». С 1929 г. начал выходить журнал «Турист» - орган ВЦСПС, ставший впоследствии ведущим периодическим изданием по вопросам теории, методики и практики советского туризма. В ноябре 1937 г. был утвержден Устав туристско-экскурсионного управления ВЦСПС. Руководство самодеятельным туризмом поручалось Всесоюзному совету физической культуры при ЦИК, причем альпинизм был отделен от туризма. Ликвидация ОПТЭ причинила огромный ущерб развитию туризма. В середине 30-х гг. было ликвидировано не только ОПТЭ, но почти все массовые добровольные общества: «Друг детей», «Автодор», «Долой неграмотность», «Техника - массам» и др. С введением в марте 1939 г. Всесоюзным комитетом по делам физической культуры и спорта при ЦИК СССР Положения о значке «Турист СССР», значительное развитие получил спортивный туризм. Развернулась широкая кампания за выполнение нормативов комплекса мероприятий для получения квалифицированного значка. В результате на 1 марта 1941 г. в стране насчитывалось 5000 обладателей значков «Турист СССР». В 1937-1940 гг. проведена комплексная реорганизация структуры туризма. В годы Великой Отечественной войны туристско-экскурсионная деятельность была полностью прекращена. Для решения вопросов международного молодежного обмена в июне 1958 г. создается Бюро международного молодежного туризма «Спутник», которое занималось не только приемом групп зарубежной молодежи и организацией советского туризма за рубеж, но и внутрисоюзными путешествиями юношей и девушек, организацией их отдыха в молодежных лагерях. В начале 1960-х гг. в СССР ощущалась активизация туристской деятельности. В 1962 г. создается система советов по туризму, руководство которой осуществлял Центральный совет по туризму ВЦСПС. К 1965 г. во всех союзных республиках и большинстве автономных республик, краев и областей были организованы советы

по туризму, которые разрабатывали и осваивали новые маршруты. Туристские путешествия стали одной из наиболее популярных форм отдыха советских граждан. Развитием плановых туристских путешествий занимался Центральный совет по туризму и экскурсиям. Центральный совет начинает выпускать путевки на маршруты, имеющие статус всесоюзных. Все остальные маршруты, находившиеся в ведении республиканских, краевых и областных советов по туризму и экскурсиям, относились к местным. В 60-е гг. туристско-экскурсионными организациями профсоюзов было разработано свыше 13 тыс. маршрутов: линейных, кольцевых, радиальных. Всесоюзные и местные маршруты охватывали всю страну и давали возможность познакомиться с наиболее интересными городами и достопримечательностями Советского Союза. 1970-е гг. ознаменовались началом третьего этапа, характеризующегося преимущественно экстенсивным развитием внутреннего и зарубежного туризма, а также дальнейшими изменениями в структуре управления. Распад СССР, произошедший в 1991 г., привел к развалу единой туристско-экскурсионной системы страны. Начинается создание национальных туристско-экскурсионных организаций. В 1980-е гг. получают развитие маршруты родителей с детьми. Центральным советом по туризму и экскурсиям были организованы всесоюзные маршруты для автотуристов. Путевка на них давала право на проживание в туристском кемпинге или гостинице, пользование бесплатной автостоянкой, питание и экскурсионное обслуживание. Значительно более густой сетью, чем всесоюзные, покрывали территорию Советского Союза местные плановые туристские маршруты, организуемые республиканскими, краевыми и областными советами по туризму и экскурсиям. Они предназначались в большей мере для обслуживания населения определенных регионов, но приобрести путевку на них могли граждане из любой точки страны, обратившись с просьбой о продаже ее в соответствующий совет. Республиканские, краевые и областные советы активно развивали нетрадиционные для планового туризма виды путешествий. Наряду с плановым, развивался и самодеятельный туризм, который организовывался туристской группой по маршрутам, разработанным самими участниками, от несложных походов выходного дня до многочисленных спортивных походов высших категорий сложности.

Тема лекционного занятия 4.2.: Инновационные изменения в мировом и российском туризме и гостеприимстве в конце XX — начале XXI веков

Цели занятия: сформировать систему знаний о состоянии туризма и гостеприимстве в переходный период от административного регулирования к рыночной экономике, проанализировать предпосылки и факторы становления современного состояния отрасли.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера; частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Переходный период развития российского туризма характеризуется переходом от административного регулирования туризмом к экономическому стимулированию, основанному на новых российских законах, касающихся как предпринимательства и рынка в целом, так и туристской деятельности в частности. Распад СССР привел к развалу единой системы туристско-экскурсионного обслуживания населения. Из государственного бюджета исчезает статья «туризм». Если ранее централизованное финансирование поддерживало инфраструктуру туризма, определяло относительно невысокие цены на туристские и гостиничные услуги, то его отсутствие повлекло за собой фактический упадок гостиничной отрасли. Большое количество туристско-экскурсионных, санаторно-курортных и гостиничных учреждений и комплексов стра-

ны было перепрофилировано или пришло в негодность из-за ветхого состояния. В условиях стихийно развивающегося рынка многие туристские фирмы и гостиницы объявляют себя банкротами. Снижение жизненного уровня населения, рост цен привели к сокращению спроса на туристские услуги. По данным причинам практически разваливается система внутреннего туризма, прекращают существование пользовавшиеся популярностью у населения всесоюзные и республиканские маршруты. Въездной туризм в 1990-е годы также переживает не лучшие времена. В начале 90-х годов иностранцы с опасением начинают относиться к России из-за роста преступности в стране, ее политической и финансовой нестабильности. Важную роль в падении интереса к стране сыграло отсутствие новых предложений на туристском рынке, новых туристских маршрутов, комфортабельных гостиниц, недостаточный уровень сервисного обслуживания и др. Происходит реструктуризация туристских потоков пребывающих к нам иностранцев. Если раньше больше всего туристов приезжало в Россию из стран бывшего Социалистического Содружества, то в 90-е годы в Россию потянулись выходцы из Содружества независимых государств (СНГ). При этом процент прибывающих в страну значительно увеличивается за счет иммигрантов. Данный фактор скорректировал цифры статистики и по выездному туризму. В переходном периоде проявились некоторые новые тенденции развития туристского хозяйства в условиях экономических реформ:

• изменение структуры рекреационных потребностей и начало сегментации туристского рынка;

• переход от монопольного к многоукладному туристскому хозяйству; активное развитие малых и средних туристских предприятий;

• переход к использованию природных ресурсов и культурного наследия на основе экономических отношений;

• переход от административного регулирования функций туристского хозяйства к экономическому стимулированию туристского рынка на новой законодательной основе.

Одновременно резко обозначились негативные моменты переходного периода:

• в новых условиях цены на отдых значительно выросли, поскольку возможности дотаций практически исчерпаны;

• многие предприятия народного хозяйства остановились или перестали приносить прибыль;

• спрос упал, население не имеет необходимых средств на отдых, но потребности остались - право на отдых сознается как важная составляющая социальных завоеваний и свобод, и ущемление его создает социальную базу для массовых конфликтов и противостояний различного уровня и характера.

Реальное содержание данного этапа развития туризма обозначилось в ходе столкновения негативных результатов и позитивных тенденций и во многом стало зависеть от общей ситуации в стране, хода экономической и политической реформ, осознания туризма властными структурами как мощного мультипликатора рынка и важного фактора развития всей сферы услуг в России. На 90-е годы приходится бум выездного туризма, это период, когда граждане России, стали активно выезжать за границу. Выездной поток российских туристов в 90-х гг. был стихийным, нерегулируемым. Большую часть поездок составляли шоп-туры, ориентированные на такие страны, как Турция, Китай, Польша и другие.

В целом те преобразования, которые произошли за первые два десятилетия существования российского туризма в условиях рынка, имели очень важные структурные последствия и тенденции. Во-первых, произошла реструктуризация рекреационных потребно-

стей в туризме, когда на первый план вышли мотивация отдыха, лечения и культурно-образовательные цели. Во-вторых, природный и культурный туристический потенциал отдельных дестинаций стал эксплуатироваться на рыночной основе и подчиняться законам коммерции. Это стимулировало формирование и преумножение туристского движения за сохранение климатических, географических и культурных богатств, что также стимулировало туризм. В-третьих, произошла четкая сегментация туристского рынка, с выделением сектора массового туризма, индивидуального туризма, а также дифференциация сервисного обеспечения различных рыночных секторов на туристском рынке. В-четвертых, сформировалась характерная для России структура туристского рынка, на котором действовали как несколько крупных туроператоров, задающих направление движения и инновационность услуг, так и огромное множество предприятий среднего и малого бизнеса, которые могут обеспечить все разнообразие запросов потребителей. Таким образом, рынок туристских услуг в России в начале 21 века в целом сложился, приобрел собственные очертания и специфику. Основные тенденции его развития обеспечивались ресурсами страны и ее общим туристским потенциалом. Туристский бизнес, хотя и значительно зависящий от государственной политики и деятельности местной администрации, обладает достаточной устойчивостью и независимостью, чтобы справляться с негативными тенденциями. Государственное участие в данном бизнесе выражается в инвестициях, правовом регулировании и увеличении туристского потенциала новых территорий. Государственные структуры заинтересованы в развитии туризма не только с экономической точки зрения, но и для улучшения имиджа регионов и России в целом.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1. ФОРМИРОВАНИЕ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА: ГОСТЬ, ПУТЕШЕСТВЕННИК, ТУРИЗМ

Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИСТОРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема занятия 1.1.: История понятий и терминов. Мотивация и сервис путешествий в античные времена и средневековье

Формы практических заданий: дискуссия, проект

Вопросы к обсуждению:

1. Сервис путешествий в эпоху Античности. Древние карты и описания земель
2. Достопримечательности и развлечения как мотивация античных путешественников
3. Новые мотивации путешествий в Средневековье.
4. Великие путешественники Средневековья.
5. Паломничество как вид средневекового путешествия.
6. Событийный и образовательный туризм Средневековья.
7. Гостиницы и таверны как туристский сервис средневековой Европы.
8. Маршруты, карты и путеводители Средневековья.

Практическое задание:

1. Выпишите из рекомендованных словарей определение термина «туризм». Сравните их с определением, которое дается в федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Найдите общие характеристики.

Темы рефератов

1. Достопримечательности и развлечения как мотивация античных путешественников
2. Сервис путешествий в эпоху Античности
3. Древние карты и описания земель
4. Новые мотивации путешествий в Средневековье.
5. Великие путешественники Средневековья.
6. Паломничество как вид средневекового путешествия.
7. Событийный и образовательный туризм Средневековья.
8. Гостиницы и таверны как туристский сервис средневековой Европы.
9. Маршруты, карты и путеводители Средневековья.
10. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Географические открытия.
11. Эпоха «круглой земли»: землепроходцы и открыватели новых земель.
12. Типы путеводителей в новое время. Формирование инфрастуктуры

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Посмотрите в глоссарии значение ключевых терминов данной темы: гостеприимства, дестинация, путешествие, сервис, туризм, туристский пакет, туристский ресурс, услуга. Найдите эти термины в тексте темы и дайте интерпретацию их употребления в данном контексте.

2. Почему периодизация истории туризма основана на способе передвижения и мотивации путешествующих?

3. Чем путешественник отличается от туриста.

4. Чем отличается услуга от обычного товара в системе рыночных отношений?

Тема занятия 1.2.: Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Формирование инфраструктуры путешествий: дилижанс и гостиница

Формы практических заданий: дискуссия, проект

Вопросы к обсуждению:

1. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий.
2. Географические открытия.
3. Эпоха «круглой земли»: землепроходцы и открыватели новых земель.
4. Типы путеводителей в новое время.
5. Формирование инфраструктуры путешествий
6. Факторы изменения статуса путешествий в эпоху дилижанса.
7. Становление придорожного сервиса.
8. Паспорт путешественника как условие безопасности туризма.

Темы проектов

В лекции приведена периодизация путешествий и туризма на основе смены способа передвижения. Составьте собственную периодизацию, исходя из других параметров:

- социального состава путешествующих;
- мотивации путешествия.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Выделите сходные и различные характеристики понятий «паломничество», «хадж», «религиозный туризм».

2. В чем состоит историческая общность происхождения сервиса отеля и госпиталя? Обратите внимание на лексическую общность терминов.

3. Какие события становились мотивом путешествий?

Раздел 2. ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В XVIII – XX вв.

Тема занятия 2.1.: Становление и продвижение основных видов туризма в Новое время. Ресторан и гостиница: гости и хозяева

Формы практических заданий: дискуссии

Вопросы к обсуждению:

1. Факторы изменения статуса путешествий и сервиса в Новое время
2. Литература путешествий и реклама как образы дестинаций в Новое время.
3. Типы путеводителей в Новое время
4. Типы питания и сервиса в Новое время
5. Эпоха дилижанса и почты в туризме

Темы рефератов

1. Ресторан и гостиница: история появления
2. Инновации гостиничного сервиса в 18 веке.
3. Инновации гостиничного сервиса в 19 веке.
4. Новые виды заведений питания в 18 веке
5. Новые виды заведений питания в 19 веке
6. Мировой туризм: риски и перспективы.
7. Становление придорожного сервиса
8. Паспорт путешественника как условие безопасности туризма
9. Гостиничное дело в США: рождение сервисных стандартов.
10. Появление ресторана как вида сервиса питания в Европе.

Практическое задание:

1. Пользуясь классификацией типов путеводителей, определите типа любого современного путеводителях

2. Изучите содержание ключевых терминов — картография.,миф места, путеводитель.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Какова новая мотивация путешествий появилась в Новое время?
2. Когда и почему возникли паспорта для путешествий?
3. Что входит в понятие придорожный сервис?

Тема занятия 2.2.: Эпоха железных дорог и массового туризма. Фирма Томаса Кука.

Формы практических заданий: дискуссии, проект, практикум по решению задач.

Вопросы к обсуждению:

1. Эпоха железных дорог и массового туризма.
2. Grand Tour образованного англичанина как тип культурно-образовательного туризма
3. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых
4. Отдых у моря: динамика концепции пляжного отдыха
5. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис
6. Формирование спа-курортов и оздоровительного туризма
7. Экологическое движение и туризм
8. Феномен Восточного экспресса: сервис железнодорожных путешествий
9. Создание и условия деятельности туристских фирм в Европе

Темы проектов

1. Проведите анализ видом туризма с оздоровительной мотивацией

2. Проанализируйте и отметьте на современной административной карте Европы те страны, которые чаще всего входили в программу Grand Tour

3. Проанализируйте соответствие новых технических средств (велосипед, автомобиль, горные лыжи, байдарка) и основанные на их применении виды туризма.

4. Проанализируйте принципы туристской деятельности, которые были разработаны и освоены фирмой Т.Кука в 19 веке.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. В чем состоит отличие морских курортов от спа-курортов?

2. Почему туризм с использованием технических средств возникал в формате клубов?

3. Обоснуйте изменения концепции пляжного отдыха на основе изменений социокультурных ценностей?

4. Обоснуйте причинно-следственную связь введения железнодорожного сообщения и массового туризма.

МОДУЛЬ 2. ИСТОРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ: ФОРМИРОВАНИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ЕГО ИНФРАСТРУКТУРА

Раздел 3. ПУТЕШЕСТВИЯ И ГОСТЕПРИИМСТВО В ЦАРСКОЙ РОССИИ

Тема занятия 3.1.: Предыстория туризма в России. Добровольно-общественная форма организации туризма в России

Формы практических заданий: дискуссии, практическое задание

Вопросы к обсуждению:

1. Путешественники и литература путешествий в России
2. Древнерусские военные и торговые пути
3. Система сообщения и способы передвижения в Московском государстве
4. Путешествия русских людей в Средние века
5. Образовательные и культурные поездки русских за границу в новое время.
6. Русское географическое общество.

7. Паломническое движение в России.

Практическое задание:

1. Отметьте на географической карте маршруты путешествий русских землепроходцев и первооткрывателей XVI-XIX веков.
2. Отметьте на карте центры паломничества, которые посещались русскими людьми.
3. Прочтите «Хождение за три моря» Афанасия Никитина и выделите те характеристики, которые могут быть отнесены к туристическому потенциалу.
4. Отметьте на карте места оздоровительного туризма, освоенные в России до XX века.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. В чем состояла особенность маршрутов русских путешественников в эпоху Великих географических открытий?
2. В чем состояло сходство и различия ямской службы в России и почтовой службы в Европе?
3. Изучите значение терминов (землепроходцы, фронтир, пустынь, ям, ямщик), используя справочный материал

Тема занятия 3.2.: Туризм как бизнес в императорской России

Формы практических заданий: дискуссии, проект, практикум по решению задач.

Вопросы к обсуждению:

1. Оздоровительный туризм в России Нового времени.
2. Издание путеводителей и карт нового типа в России.
3. Ресторанный сервис в России: истоки, типология, специфика.
4. Создание дорог и дорожной инфраструктуры
5. Гостиный двор и почтовая станция как истоки сервиса гостеприимства
6. Клубный туризм в имперской России.
7. Туризм как бизнес в имперской России.
8. Ресторанный сервис в Российской империи

Темы проектов

1. Возьмите любой знакомый вам город и создайте проект использовани потенциала индустрии развлечений, используя предлагаемую сетку для анализа:
   - какие виды развлечений существуют в городе;
   - какова целевая аудитория данных развлечений;
   - какие виды городского туризма могут включать развлекательную программу;
   - какие именно виды развлечений могут войти в тот или иной городской тур.
2. Составьте список достопримечательностей любого города России, которые могли бы стать основой имиджевой рекламы данного места.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Отельное дело в России в XIX-начале XX в.

2. Городской потенциал туризма в XIX-начале XX в.
3. Формирование индустрии развлечений в городе как потенциала туризма
4. Ресторанный сервис в России до 19 века.
5. «Французский акцент» ресторанного дела в России
6. Ресторанный сервис в начале 20 века.
7. Альтернативные заведения питания
8. Имиджевая реклама городов и туристских центров.

Раздел 4. ИННОВАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ В XX ВЕКЕ

Тема занятия 4.1.: Развитие туризма и гостеприимства в советскую эпоху

Формы практических заданий: дискуссии, проект, практикум по решению задач.

Вопросы к обсуждению:

1. Пролетарский туризм.
2. Советское экскурсионное движение в рамках Российского общества туристов.
3. Формирование и эволюция концепции пролетарского туризма.
4. Деятельность общества пролетарского туризма и экскурсий по реализации концепции пролетарского туризма.
5. Новые виды и мотивация советского туризма в деятельности Общества пролетарского туризма и экскурсий.
6. Инновационные характеристики советского пролетарского туризма.
7. Пролетарский туризм: организация движения и длительность.
8. Пролетарский туризм: сервис путешественника.
9. Ведомственный (профсоюзный) и самодеятельный туризм второй половины XX века.

Практическое задание:

1. Выделите те характеристики деятельности Интуриста, которые соответствовали международным правилам, и те, которые соответствовали концепции пролетарского туризма, опираясь на предложенные параметры.

Параметры деятельности	Международные правила	Принципы пролетарского туризма
Контингент потребителей		
Коммерческая рентабельность		
Содержание туров и экскурсий		
Маршруты экскурсий		
Цели и задачи организации		

2. На основании текста лекции и дополнительной литературы перечислите средства информации о туризме и путешествиях в первой половине XX века. Какие из них сохранили традиции дореволюционных туристских изданий?

3. Почему для Интуриста готовили не только гидов-переводчиков, но и гидов-лекторов?

Вариант 2.

1. Каким образом и в чем проявлялись идеологические задачи в молодежном и спортивном туризме в СССР?

2. Проанализируйте основные отличия ведомственного и самодеятельного туризма по предложенным параметрам.

Параметры сравнения	Ведомственный туризм	Самодеятельный туризм
Цели и задачи		
Состав участников		
Маршруты		
Способы передвижения		
Сервис проживания и питания		
Мотивация		

3.На основании текста лекции и дополнительной литературы составьте перечень принципов и стандартов советского сервиса гостеприимства. На каких политических позициях они основаны?

4. Выпишите основные информационные средства в области туризма во второй половине XX века в СССР. Расположите их по степени воздействия на потребителя.

5. Составьте собственный список современных профессиональных журналов в области туризма и гостеприимства. Выделите издания профессионального формата и познавательно-рекламного характера.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Перечислите факторы, которые препятствовали формированию международных стандартов сервиса в советской системе гостеприимства. Выделите те, которые не действовали в системе Интуриста.
2. На основе каких принципов осуществлялся социальный туризм?
3. В чем состояло политическое значение Интуриста?
4. В чем состоит отличие молодежного туризма от самодеятельного?
5. Каковы основания сервисного стандарта в исторических гостиницах и арт-отелях?

Тема занятия 4.2.: Инновационные изменения в мировом и российском туризме и гостеприимстве в конце XX — начале XXI веков

Формы практических заданий: дискуссии, проект, практикум по решению задач.

Вопросы к обсуждению:

1. Гостиничный сервис под воздействием глобализации
2. Анализ деятельности сетевых гостиниц
3. Становление международных стандартов сервиса
4. Транснациональные гостиничные сети
5. Новые виды заведений питания
6. Инновации туристского продукта
7. Пакетный тур
8. Чартерные рейсы
9. Унификация и стандартизация
10. Информационные и рекламные инновации в туризме в XX веке

Темы проектов

1. На основании текста лекции и дополнительной литературы систематизируйте главные инновационные изменения в туристской деятельности в XX веке. Используйте табличный метод.

Инновации перевозок	Инновации размещения	Инновации питания	Инновации туристского продукта

2. Используя дополнительную литературу и электронные ресурсы, изучите Манильскую декларацию ЮнВТО 1980 г. Отметьте принципиально новое понимание целей современного туризма.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Используя электронные информационные ресурсы, познакомьтесь с Глобальным этическим кодексом туризма 1999 г. Аргументируйте выделение этической стороны туризма в современном бизнесе.
2. Изучите новые термины (клиентоориентированность, качественный туризм, мотивирующие технологии, общество потребления, туристские сети, устойчивое развитие) используя текст лекции, дополнительную литературу – работы Дж. Урри, Г. Беквита, К. Бланшар, Ж. Бодрийяра).

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. ФОРМИРОВАНИЕ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА: ГОСТЬ, ПУТЕШЕСТВЕННИК, ТУРИЗМ	
Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИСТОРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс – задания
Раздел 2. ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В XVIII – XX вв.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Модуль 2. ИСТОРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ: ФОРМИРОВАНИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ЕГО ИНФРАСТРУКТУРА	
Раздел 3. ПУТЕШЕСТВИЯ И ГОСТЕПРИИМСТВО В ЦАРСКОЙ РОССИИ	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс – задания

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 4. ИННОВАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ В XX ВЕКЕ	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс – задания

Задания для самостоятельной работы

МОДУЛЬ 1.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИСТОРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Древние карты и описания земель
2. Первопроходцы и открыватели новых земель

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 1:

1. Путешествия античности как способ освоения ойкумены
2. Достопримечательности и развлечения как мотивация античных путешественников
3. Великие путешественники Средневековья
4. Паломничество как вид средневекового путешествия
5. Образовательный и «событийный» туризм Средневековья
6. Географические открытия эпохи «круглой» земли.
7. Формирование «мифа места» как основы туристского потенциала региона
8. Причины этноэмиграций и их характер.
9. Особенности внутренней мотивации к путешествиям в древности.
10. Развитие древних цивилизаций на Востоке: Египет, Индия.
11. Развитие древних цивилизаций на Востоке: Китай, Финикия.
12. Развитие лечебного, паломнического и спортивного туризма в эпоху Античности.
13. Туризм в Древнем Риме.
14. Специфика паломнических поездок в средние века.
15. Крестовые походы, их цели и значение для туризма.
16. «Путешествия за знаниями»: направления, развитие и значение для туризма.
17. Эволюция предприятий гостеприимства
18. История развития гостиничного дела (в период с древности до Средневековья)
19. Географические открытия викингов и их значение.
20. Кругосветные путешествия и их роль в освоении новых земель.

Названия кейс-заданий к Разделу 1:

КЕЙС 1. ЭВОЛЮЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА В НОВОЕ ВРЕМЯ (15-17 ВВ)

Старейшей европейской гостиницей можно считать Хоспис-де-Бон в Бургундии, которая известна также под названием «Дом Бога». Этот приют бедняков был основан в 1443 г. и долгое время функционировал как благотворительная больница. Николя Ролен, канцлер казначейства Бургундии, долгое время был сборщиком налогов, что дало повод королю Людовику XI саркастически заметить, что Ролен открыл дом для бедных, поскольку именно по его милости столь многие из них обеднели. На протяжении XV—XVI вв. в Европе развиваются новые традиции.

Одной из них можно считать появление кофеина. Вот как об этом пишет Уокер: «Бывая в Константинополе (город в Турции, теперь известный как Стамбул), путешественники пристрастились к кофе и, возвращаясь в Европу, привозили его с собой.
К концу XVI столетия кофе привлек к себе достаточно внимания, чтобы навлечь на себя неодобрение католической церкви, назвавшей его «вином ислама» и «напитком нехристей». Только при папе Клементе VIII кофе получил статус христианского напитка. Говорят, что папа, попробовав его, заметил, что сатанинский напиток слишком хорош, чтобы оставлять его язычникам». В следующем веке кофейни начали расти, как грибы, по всей Европе.
К 1675 г. в одной Венеции их было несколько дюжин, включая знаменитое Cafe Florian на площади Сан-Марко, функционирующее в этом качестве и по сей день. Первая английская кофейня была открыта в 1652 г. выходцем из Армении на улице Сент-Майкл Аллей в Лондоне. Когда в 1683 г. с Вены была снята осада и турки отступили, некий господин (по некоторым сведениям, его звали Колчитский), который сыграл исключительную роль в спасении города, получил разрешение открыть первую в Центральной Европе кофейню. Именно в Вене была подана первая чашечка кофе, подслащенного медом и слегка разбавленного молоком. Кофейни, предшественницы современных кафе, скоро стали центрами культурной и литературной жизни своего времени и, кроме того, сыграли еще одну полезную (хотя и не столь очевидную) роль — помогли в отрезвлении всего Европейского континента.
Кофейни вызывали бурные дебаты в обществе того времени, одни в них видели средство от повального пьянства, другие - центры распространения всех смертных грехов. Существенные изменения претерпевают и средства транспорта. Рост популярности путешествия на дилижансе приводит к изменению системы гостеприимства на тракте. Постоялые дворы стремятся улучшить условия, предлагаемые постояльцам. В сельской местности один постоялый двор обслуживал всех проезжих, хотя состоятельные люди, которые путешествовали в своем собственном экипаже или верхом, туда редко заходили, а бедняков, которые путешествовали пешком, туда старались не пускать. В любом случае четкие социальные различия при обхождении с каждым постояльцем строго соблюдались. Состоятельные люди обслуживались в столовой или у себя в комнате. Бедняки обычно ели вместе с хозяином постоялого двора и его семьей на кухне. Им подавали простую пищу без права выбора, но за минимальную цену. Французы называют такое обслуживание table d'hote. «хозяйский стол». Состоятельные гости могли заказывать для себя специальные блюда из имеющихся у хозяина продуктов — a la carte (а ля карт), как говорят французы, — и заходить на кухню, чтобы проследить, что все приготовили как надо. Стараясь угодить гостю, хозяин обычно предлагал какое-нибудь местное блюдо, которым этот регион славился. Вместе с тем условия жизни на постоялых дворах Европы того времени были достаточно убогими из-за безобразного качества пищи и царившей антисанитарии, огромного числа различных насекомых, которыми кишели эти гостиницы. Аналогичные процессы шли в системе гостеприимства в Америке. Приезжающие туда выходцы из европейских стран могли останавливаться в постоялых дворах и тавернах, которые мало чем отличались от европейских. Одними из самых первых считаются таверна Stadt Huys, открытая в 1642 г. голландцами в Новом Амстердаме (так в то время именовался Нью-Йорк), и таверна в Джеймстауне (штат Вирджиния). Постепенно постоялые дворы в Америке становятся местами излюбленного отдыха для горожан, где можно было также узнать последние новости, провести собрания, заключить деловую сделку.

Вопросы:

1. Используя текст кейса, охарактеризуйте роль кофеен в жизни средневековой Европы?

2. Как развитие гостиничного дела повлияло на путешествия в Средневековья?

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2 ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В XVIII – XX вв:

1. Литература путешествий и реклама как образы дестинаций

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 2:

1. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых
2. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис
3. Продвижение новых видов продуктов и сервиса в Европе Нового времени
4. Железные дороги как средство передвижения в эпоху массового туризма
5. Томас Кук – «отец» туристского бизнеса
6. Феномен Восточного экспресса: сервис железнодорожных путешествий
7. Создание и условия деятельности туристских форм в Европе
8. Инновации туристских перевозок в XX веке
9. Инновации туристского продукта
10. Вклад Т. Кука в развитие туриндустрии начала 19 века

МОДУЛЬ 2.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3 ПУТЕШЕСТВИЯ И ГОСТЕПРИИМСТВО В ЦАРСКОЙ РОССИИ:

1. Путешественники и литература путешествий в России
2. Достопримечательности России в путеводителях второй половины 19 века
3. История спа-курортов России

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 3:

1. Имиджевая реклама городов и туристских центров России в 19-начале 20 века
2. Пляжный туризм в России: история становления
3. Горный туризм в России: исторические места
4. История развития гостиничного дела (в период 17-18 веков).
5. Причины великих географических открытий и их особенности.
6. Заслуги Г. Мореплавателя, Б. Диаса, Васко да Гамы, Х. Колумба и Ф. Магеллана в эпоху ВГО.
7. Этапы миграционно-колонизационного движения древних славян и развитие древнерусского государства.
8. Вклад русских землепроходцев в освоение новых земель (А. Никитин, Ермак, С. Дежнёв).
9. Первооткрыватели 17 века и их вклад освоение новых территорий (В. Баренц, Г. Гудзон, Д. Кук).
10. История развития гостиничного дела (19-нач.20 веков).
11. Развитие торговых путешествий и лечебного туризма в Новое время.
12. Реформаторская деятельность Петра I и её последствия для туризма.
13. Лечебный, паломнический и познавательный туризм в России в начале 19 века.
14. Дорожная инфраструктура в России в 18-19 вв
15. Роль туристских обществ конца19-нач.20 века в развитии российского туризма.

Названия кейс-заданий к Разделу 3:

1. Проанализируйте виды сервиса, которые входили в дорожную инфраструктуру в России
2. Разделите виды учреждений гостиничного сервиса на традиционные в России и заимствованные из Европы и проанализируйте их.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4 ИННОВАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ В XX ВЕКЕ:

1. Инновации туристских перевозок в XX веке
2. Стандарты и принципы советского сервиса туризма и гостеприимства
3. Инновационные маркетинговые и рекламные технологии в туристской деятельности XX века.
4. Анализ рисков и проблем в мировом туризме на основе социокультурного и экологических подходов.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 4:

1. Ресторанный сервис в советской России: специфика и особенности
2. Профсоюзный туризм советской России: особенности и предпосылки современного социального туризма
3. Пролетарский туризм: сервис путешественника
4. Советское экскурсионное движение в рамках Российского общества туристов
5. Формирование и эволюция концепции пролетарского туризма
6. Пролетарский турист: сервис путешественника
7. Организация лечебно-оздоровительного отдыха в рамках пролетарского туризма
8. Сервис гостеприимства в СССР первой половины 20 века
9. Организационная модификация и деятельность Интуриста в 1960-1980 годах
10. Молодежный спортивный туризм в СССР
11. Специфика организации и культура самодеятельного туризма
12. Информационного и профессиональное обеспечение туризма в СССР 1960-1980 годы
13. Инновации гостиничного сервиса в России в 20 веке
14. Особенности туризма начала 20 века. Дачный, познавательный, научный туризм данного периода.
15. Роль ООН в развитии международного туризма. Деятельность ВТО.
16. Хартия туризма и Кодекс туриста: основные положения.
17. Развитие различных видов туризма (молодёжного, паломнического, круизного и др.) в середине 20 века.
18. Туристские организации 20-30ых годов, их цели и задачи.
19. Развитие экскурсионного дела в первой половине 20 века.
20. Иностранный туризм советского периода и деятельность «Интуриста».
21. Развитие школьного и морского туризма, автобусных путешествий по СССР и их значение.
22. Создание турсекций и турклубов. Развитие социального туризма в 70-80ые годы.
23. Основные тенденции развития международного туризма на современном этапе.
24. Стратегии развития туриндустрии в России.
25. Страны-лидеры, преуспевающие в туризме.
26. Прогнозы развития туриндустрии.
27. Перспективы развития туризма в России и за рубежом.
28. Проблемы развития современного туризма.
29. Законодательная база туризма (Закон «Об основах тур.деятельности в РФ»).
30. Перспективы развития гостиничной индустрии в России.
31. Перспективы развития гостиничной индустрии за рубежом.
32. Проблемы индустрии гостеприимства в России.
33. Проблемы индустрии гостеприимства за рубежом.

Названия кейс-заданий к Разделу 4:

1. Для того, чтобы усвоить содержание новых концептуальных подходов в области туризма и гостеприимства, возьмите предлагаемые тексты Д. Огилви, Ж. Бодрийяра, Г. Беквита, Дж. Урри и выпишите встречающиеся новые термины, которые относятся к области туризма и гостеприимства. Дайте определение этим терминам. Что нового они внесли в понимание туризма и гостеприимства в конце XX века?
2. Возьмите в качестве образца программу любого тура, который предлагает современные российские компании, и выделите факты применения благоприятствующих и мотивирующих технологий в составлении этого тура. В чем состоит их разница?
3. Выделите те характеристики деятельности Интуриста, которые соответствовали международным правилам, и те, которые соответствовали концепции пролетарского туризма, опираясь на предложенные параметры.

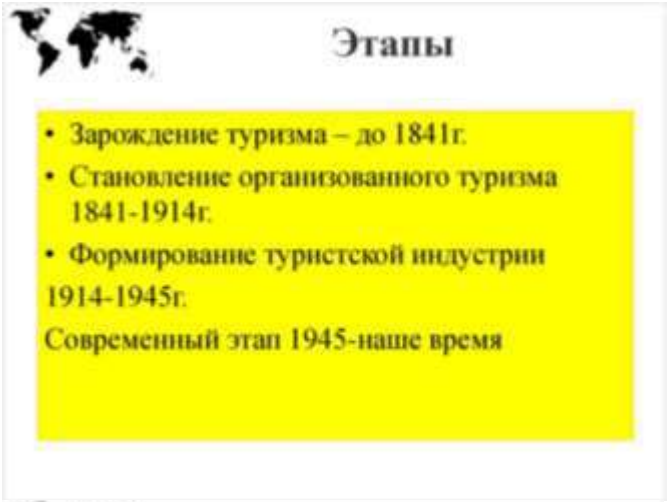
Параметры деятельности	Международные правила	Принципы пролетарского туризма
Контингент потребителей		
Коммерческая рентабельность		
Содержание туров и экскурсий		
Маршруты экскурсий		
Цели и задачи организации		

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1.

РАЗДЕЛ 1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства

Тема 1.1. История понятий и терминов. Мотивация и сервис путешествий в античные времена и средневековье



Тема 1.2. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Формирование инфраструктуры путешествий: дилижанс и гостиница

Учебный материал

Исторические предпосылки возникновения туризма

К середине 19 века возникают первые крупные паромные компании. Железная дорога предложила душевную и быструю перевозку по сравнению с лошадьми.

Учебный материал

Первые альпийские клубы

Австрийское альпийское общество, которое образовалось в марте 1862 г., поставив себе целью не только распространять сведения об Альпах, заключающихся в особенности в пределах Австрийской империи.

Французский альпийский клуб, существует с 1874 г.; главная его цель - исследование французской альпийской области, а также и других гор Франции, Пиренеев, Севенн и др.

Альпийские клубы

Швейцарский альпийский клуб, существующий с апреля 1863 г., задался, главным образом, целью служить живым комментарием к топографическому атласу Швейцарии, изданному Дюфуром

Английский альпийский клуб, был основан в 1867 году, их целью было исследование Альпийских гор

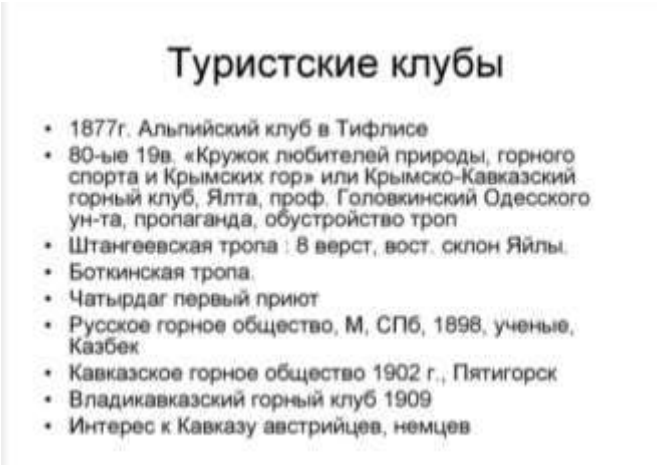
РАЗДЕЛ 2. Формирование основных видов туризма в XVIII – XX вв.

Тема 2.1. Становление и продвижение основных видов туризма в Новое время. Ресторан и гостиница: гости и хозяева.

Исторические вехи туризма XX в.

Таблица 1. Суммарная доля "пятерок" стран в глобальном туристском потоке

№ п/п	1950 г.		1970 г.		1991 г.		1995 г.	
	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %
1-я группа								
1	США	74	Италия	43	Франция	41	Франция	35
2	Канада		Канада		США		США	
3	Италия		Франция		Испания		Испания	
4	Франция		Испания		Италия		Италия	
5	Швейцария		США		Венгрия		Великобритания	
2-я группа								
6	Ирландия	17	Австрия	22	Австрия	18	Китай	18
7	Австрия		ФРГ		Великобритания		Венгрия	
8	Испания		Швейцария		Мексика		Мексика	
9	ФРГ		СФРЮ		Германия		Польша	
10	Великобритания		Великобритания		Канада		Австрия	



Тема 2.2. Эпоха железных дорог и массового туризма. Фирма Томаса Кука.

МОДУЛЬ 2. ИСТОРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ: ФОРМИРОВАНИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ЕГО ИНФРАСТРУКТУРА

РАЗДЕЛ 3. Путешествия и гостеприимство в царской России

Тема 3.1. Предыстория туризма в России. Добровольно-общественная форма организации туризма в России

Тема 3.2. Туризм как бизнес в императорской России.

РАЗДЕЛ 4. ИННОВАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ В XX ВЕКЕ

Тема 4.1. Развитие туризма и гостеприимства в советскую эпоху

Учебный материал

Наши баннеры

Учреждение значка «Туризм СССР»

В 1940 г. было введено Положение о значке «Турист СССР». В нем говорилось, что «комплекс значка "Турист СССР" ставит своей задачей содействовать развитию среди трудящихся Советского Союза самодеятельного туризма как одной из лучших форм активного отдыха, сочетающего наряду с физическим развитием трудящихся повышение их культурного уровня, познание социалистической Родины и приобретение оборонных навыков, необходимых каждому защитнику нашей страны». Введение этого положения послужило толчком к развитию спортивного туризма.

Тема 4.2. Инновационные изменения в мировом и российском туризме и гостеприимстве в конце XX — начале XXI веков

Рисунок 1 – Линейная организационная структура управления туризмом

Правовое регулирование международного сотрудничества в области туризма и гостеприимства.

1. Международные организации по регулированию в туризме. Международно-правовая деятельность Всемирной Туристической Организации. Нормотворчество ООН и Совета Европы в сфере туризма.
2. Региональные туристические объединения и союзы.
3. Международное законодательство о туризме.
4. Регулирование в туризме в странах СНГ. Международное сотрудничество.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

БЕЗОПАСНОСТЬ И ОХРАНА ТРУДА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	
Тема 1.1. Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	Общие понятия о трудовой деятельности человека и условиях труда. Основы охраны труда и техники безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания. Основные термины, определения и понятия, применяемые в сфере охраны труда. Права и обязанности работодателя. Права и обязанности работника в области охраны труда. Служба охраны труда. Комитет (комиссия) по охране труда. Общественный контроль за охраной труда. Государственный надзор за соблюдением государственных нормативных требований охраны труда. Планирование мероприятий по охране труда. Обучение и инструктажи по охране труда. Система управления охраной труда в организациях и на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания. Регулирование охраны труда в коллективном договоре.
Тема 1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	Нормы российского трудового права. Государственная политика в области охраны труда. Государственное регулирование в области охраны труда. Нормативная база охраны труда. Технические регламенты и стандарты. Гарантии и компенсации работнику в связи с условиями труда. Локальные нормативные акты по охране труда. Государственные нормативные требования охраны труда. Техническое регулирование. Особенности регулирования

	труда женщин, подростков и инвалидов. Ответственность за нарушение законодательство.
Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	
Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия	Идентификация опасных и вредных факторов производства и оценка риска. Методы и средства защиты от опасностей технических систем и технологических процессов. Защита от вредных факторов. Обеспечение электробезопасности, защита от неионизирующих электромагнитных полей и излучений, защита от ионизирующих излучений, защита от тепловых излучений. Защита от вибраций и акустических воздействий. Аттестация рабочих мест по условиям труда.Гигиенические критерии и классификация условий труда. Безопасность производственного оборудования. Средства коллективной защиты. Соответствие производственных объектов и продукции государственным нормативным требованиям охраны труда. Безопасность применения персональных компьютеров. Медицинская экспертиза профессиональной пригодности или непригодности работников по состоянию здоровья.
Тема 2.2 Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте	Анализ состояния условий труда и охраны труда в РФ. Обязанности работодателя при несчастном случае на производстве. Порядок расследования несчастных случаев на производстве. Особенности расследования несчастных случаев на предприятиях туриндустрии, гостеприимства и общественного питания. Классификация профессиональных заболеваний. Порядок установления наличия профзаболеваний, порядок расследования и учета профзаболеваний. Анализ травматизма, профзаболеваний и их причины.
Раздел 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания	
Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице. Организационные вопросы функционирования службы безопасности в гостинице. Общая характеристика единой интегрированной системы безопасности гостиницы.Технические средства охраны гостиничного комплекса. Технические средства обеспечения безопасности: периметра (подступы, на проходной, въезды, береговая полоса, требования к насаждениям), здания (подвал, стены, перегородки, окна, крыши, входов

	гостевых и служебных), внутренних помещений здания (вестибюль, лестницы, лифты, коридоры, подходы к охраняемым комнатам, и др.). Угроза безопасности, жизненно важные интересы, объект и субъект безопасности. Угрозы безопасности их классификация. Содержание внутренних и внешних социально-экономических угроз. Принципы системы обеспечения безопасности гостиницы. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности их содержание. Система безопасности. Цели, задачи системы безопасности. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств. Подсистемы безопасности и их содержание. Структура службы безопасности. Основные задачи структурных подразделений. Обязанности специалиста службы безопасности фирмы. Режимы функционирования системы безопасности. Группа безопасности внешней деятельности. Отдел режима и охраны: структура, задачи отдела. Задачи службы охраны и контрольно-пропускного режима. Порядок проверки карты гостя, пропусков и документов, удостоверяющих личность. Виды пропускных документов, срок действий пропусков. Основные принципы режима охраны.Безопасность при проведении массовых мероприятий в гостинице.
Тема 3.2. Пожарная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания	Противопожарная система – диспетчерский пункт (центральный пульт), тревожная кнопка; способы оповещения, система речевого оповещения пожара, время включения системы оповещения. Причины возникновения пожаров и взрывов. Меры пожарной безопасности в гостиничном предприятии. Безопасность клиентов в гостиничных помещениях для совместного использования с посторонними. Особый режим работы инженерно-технических служб, обслуживающего персонала, работников службы безопасности, привлечение сотрудников МВД и ФСБ, совместная работа сотрудников службы безопасности и охраны клиентов при посещении вип-персон. Медицинская безопасность, медсанчасть, санитарный пост. Требования к фильтрам кондиционеров, к уборке санузлов (к технологии уборки, средствам, персоналу, к качеству уборки). Требования к: постельному белью, помещениям прачечных, очистке сточных вод прачечных, технологии стирки и обработке постельного белья. Мероприятия по сбору, хранению и удалению пищевых и бытовых отходов в гостиницах. Организация безопасности питания в гостинице. Требования к местам производства, правила перевозки и доставки продуктов в гостиницу. Требования к заготовке продуктов, к условиям хранения, подготовке и приготовлению блюд. Проверка продуктов питания, условий хранения и технологии приготовления блюд. Фальсифицированные продукты питания, упаковка, требования к сопроводительным документам.

Раздел 4. Финансовая и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания	
Тема 4.1. Финансовая безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания	Содержание внутренних и внешних социально-экономических угроз. Принципы системы обеспечения безопасности гостиницы. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности их содержание. Система безопасности. Цели, задачи системы финансовой безопасности. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств. Подсистемы безопасности и их содержание. Экономическая безопасность. Проверка платежеспособности клиента. Способы подделки карт, считывания информации, использование посторонними. Защита системы ведения внутренних расчетов в гостинице. Шпионаж и бизнес, коммерческая разведка, способы использования сотрудников.
Тема 4.2. Информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания	Коммерческая тайна, носители, допуск, способы охраны. Сохранение коммерческой тайны после увольнения сотрудников. Поддельные платежные документы (карты, ваучеры, векселя, путевки). Недобросовестная конкуренция. Защита информации, договоров, сделок, способы съема.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса

ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в

споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в

процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 1.1. Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные направления государственной политики в области охраны труда
2. Охрана труда в коллективных договорах.
3. Охрана труда в трудовом договоре.

Тема 1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Охрана труда в правилах внутреннего трудового распорядка.
2. Охрана труда в соглашениях по охране труда.
3. Финансирование мероприятий по охране труда

Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия

Вопросы для самоподготовки:

1. Гигиенические критерии и классификация условий труда.
2. Аттестация рабочих мест по условиям труда.
3. Организация, проведение и оформление результатов СОУТ.

Тема 2.2 Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте

Вопросы для самоподготовки:

1. Декларация соответствия условий труда государственным нормативным требованиям.
2. Исследование и измерение идентифицированных вредных и опасных производственных факторов.
3. Оздоровление воздушной среды.

Раздел 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Общие сведения о гостинице
2. Характеристика зданий (сооружений, территории) гостиницы или иного средства размещения
3. Общие сведения о работниках гостиницы или иного средства размещения

Тема 3.2. Пожарная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Сведения об арендаторах
2. Сведения об организациях, осуществляющих обслуживание гостиницы или иного средства размещения
3. Сведения о потенциально опасных участках и (или) критических элементах гостиницы или иного средства размещения

Раздел 4. Финансовая и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 4.1. Финансовая безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Внешние источники угроз экономической безопасности предприятия. Раскрыть содержание понятия «теневые» экономические отношения.
2. Виды и формы недобросовестной конкуренции.
3. Особенности российского рынка, основные проблемы безопасности отечественного бизнеса.

4. Структура службы безопасности. Основные задачи структурных подразделений. Режимы функционирования системы безопасности.
5. Планирование экономической безопасности и физической охраны VIP клиентов.

Тема 4.2. Информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Источники конфиденциальной информации.
2. Сведения не составляющие коммерческую тайну.
3. Что предусматривает защита коммерческой тайны?

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

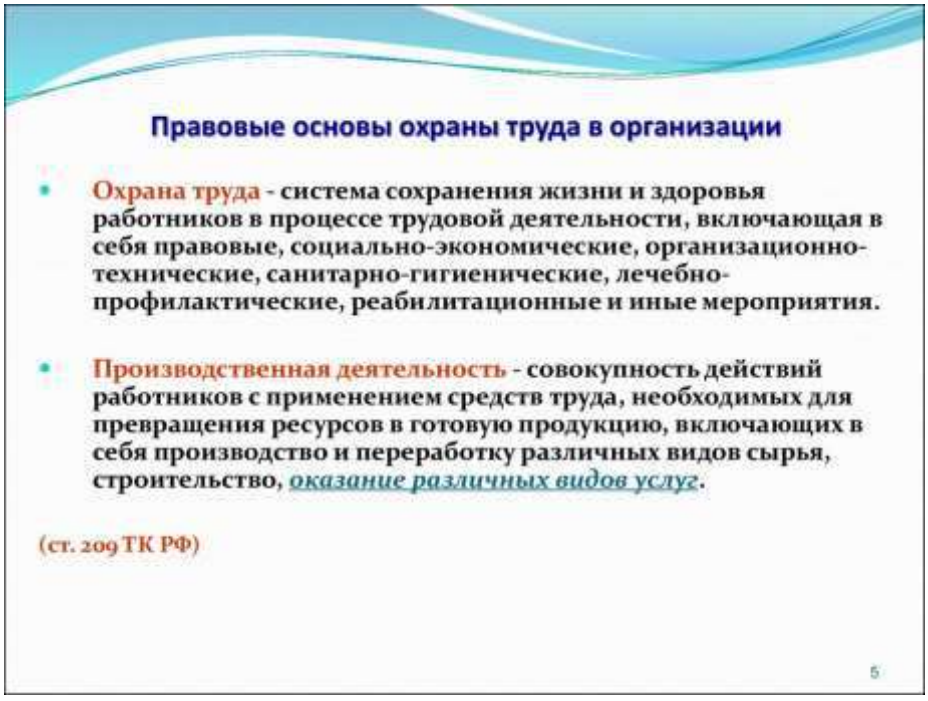
Тема 1.1. Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: https://ohranatryda.ru/pryntsypy-organizatsyy-ot/ohrana-truda-na-predpriatii-obsestvennogo-pitania.html

Источник: https://j-bk.ru/okhrana-truda/v-obshchepite.php

Источник: https://sosnovoborsk.pnzreg.ru/news/okhrana-truda/421268/

Тема 1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания



Источник: https://ppt-online.org/90858

Источник: https://obrazovanie-gid.ru/dokumentaciya/tehnika-bezopasnosti-na-predpriyatii-obschestvennogo-pitaniya-kratko.html

Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия

Источник: https://asout.ru/klassifikatsiya-opasnyih-i-vrednyih-proizvodstvennyih-faktorov

Источник: https://www.59fbuz.ru/press-center/news/profilaktika-professionalnykh-zabolevaniy/

Тема 2.2 Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте

Источник: https://press-tige.ru/koap/2189-prichiny-neschastnykh-sluchaev-na-proizvodstve-ili-kto-vinovat.html

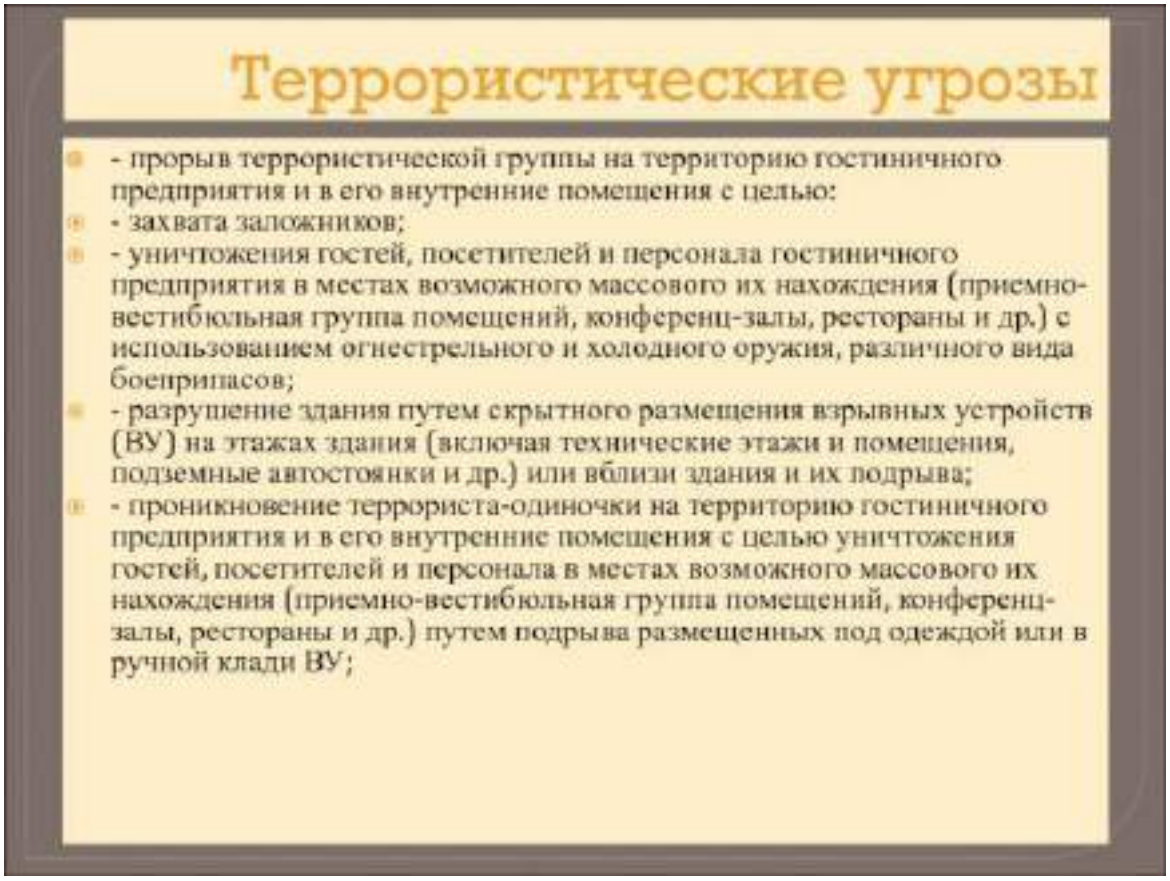
Источник: https://www.business.ru/article/1412-rassledovanie-i-uchet-neschastnyh-sluchaev-na-proizvodstve

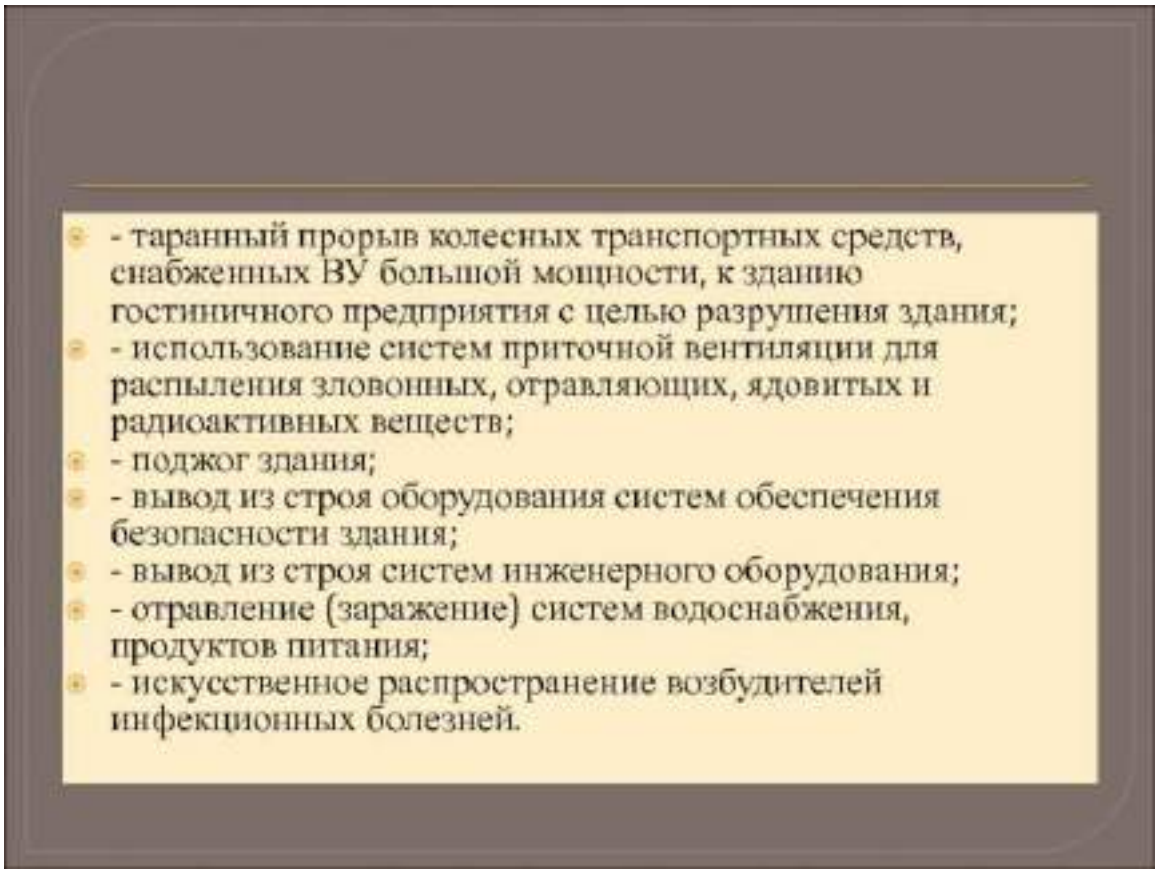
Источник: https://www.ohrana-trud.ru/blog/rassledovanie-neschastnogo-sluchaya-na-proizvodstve-poryadok-dejstvij-sozdanie-komissii-sroki-i-osobennosti-proczedury/

Раздел 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: https://aleksraion.ru/bezopasnost/profilaktika-terrorizma-i-ekstremizma/





Источник: https://thepresentation.ru/obzh/industriya-gostepriimstva-obespechenie-bezopasnosti-gostinits

Тема 3.2. Пожарная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: https://pandia.ru/text/78/045/215.php

Раздел 4. Финансовая и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 4.1. Финансовая безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: http://omb-biz.tomsk.ru/trending/476/kak-obespechit-antiterroristicheskuyu-zashchishchennost-gostinic-i-inyh-sredstv-razmeshcheniya/

Источник: https://ozlib.com/1017127/ekonomika/sistema_kompleksnoy_bezopasnosti_turistskoy_organizatsii_sostavlyayuschie

Тема 4.2. Информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: https://www.google.ru/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для

студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства

2. Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.

Права и обязанности работодателя. Общие понятия о трудовой деятельности человека и условиях труда. Нормы российского трудового права. Государственная политика в области охраны труда. Государственное регулирование в области охраны труда. Нормативная база охраны труда. Технические регламенты и стандарты. Гарантии и компенсации работнику в связи с условиями труда. Локальные нормативные акты по охране труда.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основы охраны труда и техники безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Основные термины, определения и понятия, применяемые в сфере охраны труда.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

1.1 Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Эффективность организации выполнения услуг во многом зависит от применяемых форм организации труда. Особенно это актуально в современных условиях, когда эффективность выполнения услуг становится основой конкурентоспособности предприятия. Организация труда неразрывно связана с организацией процесса оказания и выполнения услуг. Так, даже самое современное оборудование и высокопроизводительная техника не дадут желаемого результата при низкой организации их обслуживания и, наоборот, при научной организации труда можно получить от соответствующего технического оснащения производства максимальный результат.

Организация труда на предприятии - это действия по установлению или изменению порядка осуществления трудового процесса и связанных с ним производственных взаимодействий работников со средствами производства и друг с другом.

Элементами организации труда на предприятии являются:

- разделение труда, т. е. расстановка работников по рабочим местам и закрепление за ними определенных обязанностей;
- кооперация труда, т. е. установление системы производственной взаимосвязи между работниками;
- организация рабочих мест;
- организация обслуживания рабочих мест;
- разработка рациональных приемов и методов труда;
- установление обоснованных норм труда;
- создание безопасных и здоровых условий труда;
- воспитание дисциплины труда.

Исходя из сказанного, *организация труда на предприятии* -

это система производственных взаимосвязей работников со средствами производства и друг с другом, образующая определенный порядок трудового процесса, который складывается из разделения труда и его кооперации между работниками, организации рабочих мест и организации их обслуживания, рациональных приемов и методов труда, обоснованных норм труда, созданием безопасных и здоровых условий труда, а также воспитанием дисциплины труда. Если предприятие чутко реагирует на все новое, что появляется в области организации труда, мы вправе говорить о *научной организации труда* (НОТ). Научный подход к организации труда позволяет наилучшим образом соединить в процессе оказания услуг технику и людей, обеспечивает наиболее эффективное использование материальных и финансовых ресурсов, снижение трудоемкости и рост производительности труда. Он направлен на сохранение здоровья работников, обогащение содержания их труда.

Важным признаком НОТ является ее направленность на решение взаимосвязанных групп задач:

• экономических (экономия ресурсов, повышение качества услуг, рост результативности деятельности);

- психофизиологических (оздоровление производственной среды, гармонизация психофизиологических нагрузок на человека, снижение тяжести и нервно-психической напряженности труда);
- социальных (повышение разнообразия труда, его содержательности, престижности, обеспечение полноценной оплаты труда).

Анализ воздействия организации труда на выполнение услуг позволяет выделить следующие ее функции.

Оптимизирующая функция проявляется в обеспечении полного соответствия уровня организации труда прогрессивному уровню технического оснащения процесса оказания услуг, в достижении научной обоснованности норм труда и интенсивности труда, в обеспечении соответствующего уровня оплаты труда его конечным результатам.

Функция формирования эффективного работника. Это осуществление на научной основе профессиональной ориентации и профессионального отбора работников, их обучения, систематического повышения квалификации.

Трудощадящая функция проявляется в создании благоприятных, безопасных и здоровых условий труда, в установлении рационального режима труда и отдыха, в облегчении тяжелого труда до физиологически нормальной величины.

Функция возвышения труда предполагает создание на предприятии условий для гармоничного развития человека, повышение содержательности и привлекательности его труда, искоренение рутинных и примитивных трудовых процессов, обеспечение разнообразия труда и его гуманизации.

Воспитательная и активизирующая функции направлены на выработку дисциплины труда, развитие трудовой активности и творческой инициативы. Высокий уровень организации труда способствует формированию этих качеств работника, а чем выше качества исполнителей, тем выше уровень организации труда.

Первым и очень важным элементом организации труда является *разделение труда*, т. е. обособление видов трудовой деятельности между работниками, бригадами и другими подразделениями на предприятии. Это - отправной пункт организации труда, который, исходя из целей организации процесса оказания услуг, состоит в закреплении за каждым работником и за каждым подразделением их обязанностей, функций, видов работ, технологических операций. Решение этого вопроса должно предусматривать наряду с требованием наиболее рационального использования рабочего времени и квалификации работника такую его специализацию, чтобы сохранялась содержательность труда, не допускалась его монотонность, обеспечивалась гармонизация физических и психических нагрузок.

Различают несколько форм разделения труда на предприятиях.

Функциональное - в зависимости от характера выполняемых работниками функций на производстве и участия их в процессе оказания услуг. По этому признаку работники делятся на руководителей, специалистов, служащих и рабочих. В свою очередь руководители могут быть разделены по уровню менеджмента (руководитель высшего звена, среднего и низшего звена), специалисты делятся по категориям (специалист 1-й категории и т. д.), рабочие могут составлять функциональные группы основных рабочих и вспомогательных. Среди последних выделяются группы ремонтных и транспортных рабочих, контролеров качества, рабочих по энергетическому обслуживанию и т. д. Так, например, по численности предприятия сферы сервиса относятся к малым, среднесписочная численность которых составляет около 10 человек. Можно сказать, что руководитель предприятия относится к низшему звену, но рыночная среда вносит свои коррективы и этому руководителю приходится управлять деятельностью своего предприятия таким образом, чтобы выжить в условиях жесткой конкурентной борьбы. Такого руководителя смело отнесем к руководителям высшего звена.

Технологическое - по фазам, видам работ, изделиям, узлам, деталям, технологическим операциям. Оно определяет расстановку работников в соответствии с технологией процесса оказания услуг и в значительной степени влияет на уровень содержательности труда. При узкой специализации в работе появляется монотонность. При слишком широкой

специализации повышается вероятность некачественного выполнения работ. Например, на предприятиях по пошиву изделий по заказам населения (ателье, дома мод, трикотажные ателье и др.) технологическое разделение труда может быть выражено закреплением за каждым членом бригады определенной операции (влажно-тепловая обработка, машинная строчка), закреплением за рабочими выполнения одного узла (втачивание рукава, обработка подкладки); закреплением за рабочими определенных видов работ (подготовка изделия к примерке).

Профессиональное - по специальностям и профессиям. Исходя из этой формы разделения труда устанавливается потребная численность работников разных профессий. Например, на предприятиях химической чистки, крашения одежды и прачечных рабочие подразделяются на аппаратчиков, пятновыводчиков, в ателье - закройщик, портной, в парикмахерских - мастер женский и мастер мужской, на предприятиях по ремонту автомобилей - слесарь-механик, слесарь-электрик, маляр. Эта форма разделения труда используется и для других категорий работников. Так, специалисты на предприятии могут подразделяться на специалистов по маркетингу, специалистов по персоналу и др.

Квалификационное - по сложности и точности работ в соответствии с профессиональными знаниями и опытом работы. Разделение труда здесь осуществляется по уровню квалификации работников исходя из требуемой квалификации работ. Например, рабочие в соответствии с требованиями единого тарифноквалификационного справочника могут быть первого, второго и т. д. разряда.

Органически связана с разделением *кооперация труда*, т. е. установление системы производственной взаимосвязи и взаимодействия работников и подразделений между собой.

Существуют следующие формы кооперации труда:

внутриучастковая кооперация отдельных работников или бригад по выпуску закрепленной за участком продукции;

внутрибригадная кооперация, объединяющая рабочих, совместно выполняющих единый для бригады заказ (работу) и несущих коллективную ответственность за результаты труда бригады.

Важнейшими направлениями совершенствования разделения и кооперации труда являются совмещение профессий, расширение зон обслуживания, многостаночная работа. Большой простор для проявления инициативы рабочих целесообразной кооперации труда дает организация труда в комплексных бригадах с частичной или полной взаимозаменяемостью.

Совмещение профессий - это выполнение в течение нормальной продолжительности рабочего дня, наряду с работами по основной профессии, работ по второй или нескольким профессиям. Возможны следующие варианты совмещения профессий:

- совмещение работ по основным и вспомогательным процессам, относящимся к различным специальностям (например, парикмахеры, косметологи обычно выполняют сами весь комплекс работ, начиная от приема заказа до уборки рабочего места);
- совмещение основной работы и административно технической (например, руководство бригадой);
- совмещение основной работы со вспомогательными функциями по обслуживанию оборудования (по ремонту и обслуживанию АТС, ремонту бытовой техники и радиоэлектронной аппаратуры - электрики и электромонтажники обычно занимаются ремонтом и обслуживанием электрооборудования, слесари-механики на СТО обслуживают и осуществляют ремонт механических узлов и агрегатов оборудования, в парикмахерских мастера могут выполнять женские и мужские стрижки, косметолог выполняет работы по маникюру и др.);
- совмещение основной работы и приема заказов (например, на предприятиях по ремонту и обслуживанию автомобилей слесарь-механик может совмещать свою работу с работой приемщика заказов, а на предприятиях по ремонту бытовой техники и бытовой радиоэлектронной аппаратуры практикуется совмещение профессий слесаря- ремонтника,

шофера и приемщика; для небольших ателье свойственно совмещение работ закройщика и приемщика).

Овладение смежными профессиями имеет большой экономический и социальный смысл даже в тех случаях, когда свободного времени в течение рабочего дня нет, но работа отличается монотонностью. В таких условиях целесообразна перемена труда, смена операций, переход по определенному графику с одного места на другое, что ведет к обеспечению разнообразия труда, повышению его содержательности и привлекательности, благоприятно сказывается на здоровье и настроении работников, на экономических результатах труда.

Овладение смежными профессиями необходимо также на тех участках производства, где отсутствует стабильная нагрузка работников. Например, на работах, выполняемых рабочими химчистки и прачечных, получило распространение расширение зон обслуживания, которое преследует цель более рационального использования рабочего времени, а также более полной загрузки оборудования (например, многостаночное обслуживание, когда одним или группой рабочих одновременно обслуживается несколько машин). Ручные операции на каждой из обслуживаемых машин осуществляются последовательно, после чего машина до следующей ручной операции работает в автоматическом режиме.

При разделении и кооперации труда решается вопрос: кто и что будет делать, как и с кем будет взаимодействовать. Для организации высокопроизводительного труда необходимо также решить и такой вопрос: как, каким образом следует выполнять работу.

Достигается это установлением *рациональных методов и приемов труда*. Конечно, способ выполнения работы в значительной степени определяется технологией, но каждая технологическая операция может быть выполнена по-разному: с большим или меньшим количеством движений, более или менее умело, с затратой различного количества времени и физиологической энергии. Установление способа наиболее экономного выполнения каждого действия, приема, операции, каждой работы предполагает анализ и разработку всех частей трудового процесса, включая построение и координацию движений, выбор удобной рабочей позы, способа владения инструментом и управления машинами и механизмами.

Основной *единицей разделения труда* является производственная операция, под которой понимают часть трудового процесса, выполняемую одним или группой рабочих на одном рабочем месте, над одним предметом труда. Изменение хотя бы одного из этих признаков означает завершение одной операции и начало другой. Операция, в свою очередь, складывается из приемов, трудовых действий и движений.

Трудовое движение представляет собой однократное перемещение рук, ног, корпуса рабочего в процессе труда.

Трудовое действие - это совокупность трудовых движений, выполняемых непрерывно и имеющих частное целевое назначение.

Трудовой прием - это совокупность трудовых действий, объединенных одним целевым назначением и представляющих собой законченную элементарную работу.

Способ выполнения производственного задания, характеризующийся определенным составом и последовательностью действий, приемов, операций, образует *метод труда*.

Рациональные приемы и методы труда, опыт новаторов производства распространяются разными способами. Для этих целей используют систему подготовки и повышения квалификации кадров, семинары, выставки, учебные курсы и др.

Необходимая часть организации труда - *организация рабочих мест*. *Рабочее место* - это первичное звено производства, зона трудовой деятельности рабочего или группы рабочих (если рабочее место коллективное), оснащенная необходимыми средствами труда для выполнения услуг, работ. Под организацией рабочего места понимается система его оснащения и планировки, подчиненная целям деятельности. Эти решения, в свою очередь, зависят от характера и специализации рабочего места, от его вида и роли в процессе выполнения услуг. В зависимости от специфики деятельности рабочие места могут быть специализированными и универсальными, индивидуальными и коллективными, стационарными и подвижными, одностаночными и многостаночными, постоянными и

временными, а также рабочими местами ручной работы, механизированными, автоматизированными, аппаратными, рабочими местами служащих и др. Оснащение рабочего места на предприятиях сферы сервиса складывается из совокупности средств, необходимых для осуществления процесса оказания услуг. К ним относятся: основное технологическое и вспомогательное оборудование; технологическая оснастка - рабочий и мерительный инструмент, приспособления, запасные части; организационная оснастка - средства связи и сигнализации, рабочая мебель, тара; рабочая документация; средства коммуникации для подачи на рабочее место сырья, материалов, энергии; хозяйственный инвентарь для поддержания чистоты и порядка и др. Полное и комплектное оснащение рабочего места позволяет наилучшим образом организовать процесс труда. Для этого необходима рациональная планировка средств оснащения - размещение их на рабочем месте так, чтобы обеспечивалось удобство обслуживания, свободный доступ к механизмам и их отдельным узлам, требующим регулирования и контроля, экономия движений и перемещений работника, удобная рабочая поза, хороший обзор рабочей зоны, безопасность труда, экономия производственной площади, наличие проходов, взаимосвязь со смежными рабочими местами.
Специфика процесса оказания услуг определяет особенности организации рабочих мест на предприятиях сферы сервиса. Рабочее место парикмахера существенно отличается от рабочего места слесаря-механика по ремонту автомобиля. В первую очередь это отличие вызвано структурой и особенностями процесса оказания услуг на этих предприятиях. Рабочее место парикмахера обычно занимает небольшую площадь, оснащено необходимыми приспособлениями (бигуди, зажимы и др.), инструментом (фен, электроприборы для завивки и укладки волос, ножницы, расчески), оборудованием (стол, зеркало, раковина, кресло), материалами (химикаты, краски, муссы, лаки и др.). Все это сосредоточено в одном месте и не занимает значительного объема и пространства. В автомастерских предметом труда является автомобиль клиента, который состоит более чем из двух тысяч узлов и деталей. Выполняемые на этих предприятиях работы схожи в технологическом смысле, здесь используется стационарное оборудование (подъемники различных конструкций, компрессоры), поэтому рабочие места для слесарных работ будут общими независимо от ремонтируемого узла. Для выполнения работ, связанных с ремонтом электрооборудования, рабочим местом может быть площадка размером 6 х 7 м (максимальное значение). Однако разнообразие используемого инструмента и приспособлений определяет специфику планировки рабочих мест. Стационарные рабочие места располагаются по центру площади определенного размера, затем размещаются верстаки и дополнительное оборудование. Необходимый инструмент и приспособления размещаются таким образом, чтобы обеспечивать удобство пользования ими всеми рабочими местами. На предприятиях по пошиву и ремонту одежды рабочие места более специализированы и оснащены соответствующим оборудованием. Например, рабочее место по влажно-тепловой обработке оснащается прессами, паровоздушными манекенами, утюгами различной мощности, с паром или без него. Рабочее место по подготовке изделия к первой примерке оснащается сметочной машиной и т. д. Проводимые аттестации рабочих мест позволяют выявлять отступления от нормативных требований к ним и совершенствовать организацию рабочих мест в соответствии с требованиями научной организации труда. По результатам аттестации малоэффективные рабочие места могут упраздняться, при этом появляется возможность более рационального использования произвол ственных площадей, установки современного высокопроизводительного оборудования и интенсификации производственного процесса. Результативность труда во многом зависит от того, насколько рационально осуществлена планировка рабочих мест в технологическом процессе выполнения услуг. Основными задачами рациональной планировки рабочих мест являются следующие:

- обеспечение кратчайшего пути перемещения предметов труда по рабочим местам;
- максимальное использование производственных площадей;
- создание возможностей перестройки технологических процессов в соответствии с потребностями рынка в кратчайшие сроки;
- обеспечение благоприятных условий труда персонала.

На размещение рабочих мест в производственном пространстве влияет ряд факторов:

- размеры производственной площади;
- конфигурация производственной площади;
- норма площади на одно рабочее место (зависит от вида выполняемых услуг, работ, изготавливаемой продукции);
- число рабочих мест в процессе;
- габариты рабочих мест;
- шаг рабочего места (определяется как нормативная величина по различным видам услуг);
- санитарные нормы по условиям труда (расстояние от окон, стен, колонн и т. п.).
- наличие (отсутствие) транспортных средств и вид этих транспортных средств (конвейеры, подвесные конвейеры, транспортеры периодического действия);
- количество единиц оборудования на одном рабочем месте в процессе;
- организация труда персонала (с разделением и без разделения труда).

При планировке рабочих мест необходимо также учитывать вид выполняемых услуг, тип производства, вид расположения рабочих мест в производственном процессе.

Уровень организации труда на рабочем месте зависит от организации обслуживания рабочих мест. *Организация обслуживания рабочих мест* предполагает своевременное обеспечение рабочих мест всем необходимым, включая техническое обслуживание - наладку, смазку, регулировку; ремонтное и межремонтное обслуживание; обеспечение сырьем, материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями, инструментом; подачу необходимых видов энергии - тепла, электроэнергии, сжатого воздуха; межоперационный и финишный контроль качества продукции; хозяйственное обслуживание - уборку, чистку оборудования; транспортное обслуживание и т. д.

Чтобы организовать обслуживание рабочих мест, необходимо решить следующие вопросы:

- определить, в каких видах обслуживания нуждается каждое рабочее место;
- по каждому виду обслуживания установить его норму, т. е. обосновать объем обслуживания в смену, месяц, год;
- установить регламент обслуживания, т. е. график, периодичность и последовательность;
- закрепить выполнение обязанностей по обслуживанию за строго определенными исполнителями.

Эффективность обслуживания рабочих мест может быть достигнута лишь при соблюдении следующих принципов:

- принципа предупредительности обслуживания, предусматривающего выполнение соответствующих работ до того, как процесс производства прервется в силу несвоевременного их выполнения;
- принципа оперативности обслуживания - быстроты реагирования на возможные сбои производства;
- принципа комплексности, выражающегося в обеспечении разностороннего обслуживания по всем его видам;
- принципа плановости, заключающегося в проведении расчетов потребности в видах, сроках и объемах обслуживания каждого рабочего места.

Повышение эффективности системы обслуживания рабочих мест состоит в переходе от дежурного обслуживания, т. е. обслуживания по вызову к месту поломки оборудования, к стандартному обслуживанию, основанному на расчетах предупредительного проведения обслуживающих работ.

Составным элементом организации труда является *установление технически обоснованных норм труда*. Норма труда венчает процесс установления определенной организации труда и является отправным пунктом для ее дальнейшего совершенствования. Нередко на предприятиях отождествляют понятия «норма» и «норматив». *Норматив* характеризует степень использования орудий труда и предметов труда, затрат живого труда. *Норма* - это

максимально допустимая абсолютная величина расхода сырья, материалов, а также живого труда на изготовление единицы продукции, работ, услуг.

Под *нормированием труда* понимают процесс установления научно обоснованных норм затрат труда на выполнение какой-либо работы. Научное обоснование норм предполагает учет технических и технологических возможностей выполнения услуг, работ, учет особенностей применяемых предметов труда, использование прогрессивных форм, приемов и методов труда, его физиологически оправданную интенсивность, нормальные условия труда.

Нормы труда как бы подводят итог техническим и организационным решениям предприятия, они фиксируют достигнутый уровень технико-технологического и организационного совершенства на предприятии и для этих условий устанавливают меру труда.

Нормы труда являются также необходимым элементом планирования труда и производства: при помощи норм труда рассчитывают трудоемкость производственной программы, определяют необходимую численность персонала и его структуру на предприятии.

Наконец, нормы труда - это составная часть организации оплаты труда, так как с их помощью устанавливается расценка - величина заработка за выполнение единицы работы.

На практике используются следующие виды *норм и нормативов труда:*

- *норма времени* - количество рабочего времени, необходимого на выполнение какой-либо услуги или какой-либо работы;
- *норма выработки* - количество изделий, которое необходимо выпустить в единицу времени (за один час, рабочую смену и т.д.). Между нормой времени и нормой выработки существует обратно пропорциональная зависимость;
- *норма обслуживания* - количество объектов (машин, механизмов, рабочих мест и т. д.), которые работник или группа работников должны обслужить в течение единицы рабочего времени;
- *норма численности* - количество работников определенного профиля и квалификации, необходимое для выполнения конкретных работ за определенный период.

Нормативы времени обслуживания - это регламентированные затраты времени на выполнение отдельных элементов, входящих в состав операции. Они предназначены для определения норм затрат труда на машинно-ручные и ручные работы и делятся на следующие группы нормативов: основного времени (при ручных работах), вспомогательного времени, времени обслуживания рабочего места, времени на отдых и личные надобности.

Нормативы времени обслуживания - это регламентированные величины затрат времени на обслуживание единицы оборудования, рабочего места и других производственных единиц. Они используются для установления норм обслуживания, т. е. количества единиц оборудования, рабочих мест, производственных площадей и других объектов, которые необходимо закрепить за одним работником или их группой.

Нормативы численности - регламентированное количество работников определенного профессионально-квалификационного состава, которое необходимо для выполнения единицы (или определенного объема) работы. Такие нормативы предназначены для установления численности рабочих в основном на работах, на которые ее определение другими способами, в частности через нормативы времени, затруднено.

Типовые нормы разрабатываются на работы, выполняемые по типовой технологии с учетом рациональных организационнотехнических условий, уже существующих на большинстве или части предприятий, где имеются такие виды работ.

На практике используются *опытно-статистический и аналитический методы нормирования*.

При *опытно-статистическом* (иногда его называют суммарным) методе нормы устанавливаются в целом на всю работу без поэлементного анализа операций. Опытный метод предполагает определение нормы на основе личного опыта нормировщика, а статистический основан на установлении норм по данным о фактических затратах времени на аналогичную работу в прошлом. Опытно-статистический метод не может быть признан научным, так как нормы разрабатываются без необходимого анализа фактических условий труда.

Научно обоснованные нормы труда устанавливаются *аналитическим* методом. Аналитический метод нормирования имеет две разновидности: аналитически-расчетный и аналитически- исследовательский. Они различаются способом определения затрат времени.

При *аналитически-расчетном* методе затраты времени на каждый элемент операции и операцию в целом определяются по научно обоснованным межотраслевым, отраслевым или местным нормативам.

При *аналитически-исследователъском* методе затраты времени на каждый элемент и операцию в целом устанавливаются на основе непосредственных измерений этих затрат на рабочих местах (путем проведения фотографии рабочего времени или хронометража).

Следующий элемент организации труда, влияющий на его эффективность, - это условия труда. *Условия труда* - это совокупность факторов внешней среды, оказывающих влияние на работоспособность и здоровье человека в процессе труда. На работника в производственной среде воздействует большое количество внешних факторов, которые по своему происхождению могут быть разделены на *две группы. Первая* включает в себя факторы, не зависящие от особенностей деятельности предприятия, среди них географо-климатические, которые обусловлены географическим районом и климатической зоной размещения предприятия, и социально-экономические. Последние зависят от социально-экономического строя общества и определяют положение трудящегося в обществе в целом. Они находят свое выражение в трудовом законодательстве, в совокупности социальных благ и гарантий.

Вторая группа включает в себя факторы, зависящие от особенностей предприятия и его коллектива. Эти факторы формируются, с одной стороны, под воздействием особенностей техники, технологии, экономики и организации процесса выполнения услуг (производственно-технические), а с другой - под воздействием особенностей трудового коллектива (социально-психологические).

Группа производственно-технических факторов наиболее обширна. В нее входят:

- технико-технологические факторы - особенности техники и технологии, уровень механизации и автоматизации труда, степень оснащенности рабочих мест, режим труда и отдыха. Под воздействием этих факторов формируются физическая тяжесть труда, характеризуемая объемом физической работы и статической нагрузкой за смену, и нервно-психическая напряженность, определяемая объемом перерабатываемой информации, интенсивностью внимания, напряженностью мыслительной деятельности, степенью монотонности труда, темпом работы:
- санитарно-гигиенические факторы - температура, влажность, скорость движения воздуха в рабочем помещении; уровни шума, вибрации, запыленности, загазованности, излучений; освещенность, контакт частей тела работника с водой, машинным маслом, токсичными веществами, общее состояние производственных помещений;
- факторы безопасности, гарантирующие защиту работника от механических повреждений, поражений током, от химического и радиационного загрязнения;
- инженерно-психологические факторы - комфортность на рабочих местах, совершенство конструкции и планировки техники, органов управления и средств контроля за ходом технологического процесса, удобство обслуживания машин и механизмов;
- эстетические факторы - архитектурно-планировочные решения интерьера и экстерьера, эстетически выразительная форма и цвет средств труда, спецодежды, соответствующее оформление зон отдыха и пр.;
- хозяйственно-бытовые факторы - организация внутри- сменного питания работников; наличие и состояние бытовок, умывальников, душевых, туалетов; организация стирки, химчистки и ремонта спецодежды, уборки помещений и территории и т. д.

Социально-психологические факторы - социально-демографическая структура коллектива, совокупность интересов, ценностных ориентаций работников, стиль руководства в подразделениях и на предприятии в целом, масштаб и характер деятельности общественных организаций. Эти факторы формируют моральнопсихологический климат в коллективе.

Эффективная организация труда не может быть достигнута без соблюдения установленных правил порядка на производстве, т. е. без *дисциплины труда*.
На практике различают дисциплину трудовую, производственную, технологическую, плановую, финансовую, договорную и др. Такое разнообразие определяется тем, что различные правила, нормы, требования устанавливаются разными органами и ведомствами, которые трактуют соблюдение установленных ими правил как соответствующую дисциплину. Так, соблюдение работниками правил внутреннего трудового распорядка (своевременное начало и окончание рабочего дня, перерывы на обед и отдых), норм внутрипроизводственного поведения относится к трудовой дисциплине. Точное исполнение всех требований технологии по каждому производственному процессу составляет дисциплину технологическую. Своевременная и точная реализация производственных заданий, выполнение должностных инструкций, бережное отношение к оборудованию, инструменту, оснастке, сырью и материалам, соблюдение правил охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии, пожарной безопасности составляют производственную дисциплину. Понятие дисциплины труда объединяет перечисленные разновидности дисциплин и проявляется в сознательном выполнении работниками своих служебных обязанностей.

Вопросы к обсуждению:
1. Охрана труда. Значение, цель, задачи. Основные термины и определения охраны труда.
2. Основные методы и принципы обеспечения охраны труда.
3. Негативные производственные факторы. Классификация негативных факторов. Понятие о вредных и травмирующих факторах.
4. Нормирование негативных факторов. Понятие ПДК и ПДУ.

1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

В соответствии со ст. 1 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристская индустрия определяется как «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения; организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность; операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников».
Туризм является крупнейшей и наиболее динамично развивающейся отраслью национальной экономики. Туризм занимает одно из лидирующих мест в мировом экспорте товаров и услуг, обогнав автомобильную, химическую, продовольственную и другие отрасли промышленности.
По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), доля индустрии туризма в мировом ВВП в настоящее время составляет более 10%. В 2012 г. вклад туризма и путешествий в мировой ВВП вырос на 3,0%, — что быстрее роста мировой экономики в целом (2,3%), и составил 2,1 трлн долл. По прогнозам WTTC в 2013 г. вклад индустрии туризма в мировой ВВП вырастет на 3,1%, а в течение следующих десяти лет (до 2022 г.) — на 4,4%. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) является международным форумом лидеров туриндустрии и представителей деловых кругов в сфере туризма и путешествий. В состав WTTC входят первые лица более ста ведущих компаний со всего мира. WTTC обладает уникальным видением и влиянием на все аспекты, связанные с туристской индустрией (http://www.wttc.org). WTTC стремится к тому, чтобы индустрия туризма и путешествий воспринималась во всем мире как одна из основных отраслей мировой экономики, насчитывающая более 200 млн рабочих мест и составляющая более 10% общемирового ВВП. По мнению экспертов WTTC, следующие 10 лет темпы роста

международного туризма превысят 4% в год (со средним показателем 3% для индустриально развитых стран и более 7% — для развивающихся стран). Для наиболее бедных стран туризм — основной источник экспортных доходов и главный социально-экономический фактор развития страны. Число рабочих мест в мировом туризме в настоящее время превышает 8% общего показателя занятости в мире. В 2012 г., по данным WTTC, в сфере туризма был создан 101 млн рабочих мест, а с учетом мультипликационного эффекта — 260 млн рабочих мест.

В Российской Федерации доля туризма в ВВП, по данным на 2011 г., составляет 2,5%, с учетом мультипликационного эффекта — 6,3%. В 2006 г. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) представил отчет «Влияние туризма и путешествий на рынок труда и экономику Российской Федерации» о положении дел в индустрии туризма в РФ на основе исследования, проведенного совместно с Оксфордским центром экономического прогнозирования (OEF). Отчет представлен на сайте WTTC на русском и английском языках. Данный документ подготовлен на основе принятых ООН стандартов экономической оценки туриндустрии (система вспомогательных расчетов по туризму — Tourism Satellite Account, TSA) и независимого детального исследования ведущими специалистами в этой области. Отчет содержит экономические прогнозы роста индустрии туризма и путешествий в Российской Федерации, ряд выводов и рекомендаций относительно возможностей максимального использования потенциала туристской отрасли для российской экономики.

Прогнозы WTTC относительно роста данной отрасли РФ в последующие десять лет:

- ежегодный рост доли туриндустрии в ВВП (до 2016 г.) составит
- 5Д%;
- ежегодный рост занятости (до 2016 г.) — 0,3%;
- занятость непосредственно в индустрии туризма и путешествий на 2016 г. — 891 000 рабочих мест;
- оценка числа занятых в туристической отрасли и сопряженных отраслях экономики на 2016 г. — 5,2 млн рабочих мест;
- оценка доли собственно индустрии туризма в ВВП на 2016 г. — 1049,4 млрд руб.;
- ежегодный рост экспорта туристов (до 2016 г.) — 7,5%.

К секторам индустрии туризма, обладающим хорошим потенциалом роста в России, WTTC были отнесены деловой туризм, или MICE-индустрия (Meetings — встречи, Incentive travel — поощрительные поездки, Conventions — конференции, Exhibitions — выставки), морские и речные круизы, культурный туризм, а также все виды спортивного и экстремального туризма.

В соответствии с выводами исследования, проведенного WTTC, индустрия туризма и путешествий имеет огромное влияние на будущее экономическое и социальное развитие России. В современной профессиональной литературе наряду с понятиями «туристская индустрия» и «индустрия гостеприимства» широко применяется термин «индустрия туризма и гостеприимства», отражающий их тесную взаимосвязь. Не существует единой точки зрения относительно этих понятий. Так, группа известных зарубежных маркетологов (Филипп Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз) считает индустрию гостеприимства структурным элементом туризма: по их мнению, туризм включает в себя организацию путешествий и индустрию гостеприимства. Отдельные исследователи к индустрии гостеприимства относят только гостиницы. Само понятие «гостеприимство» произошло от фр. *hoshine* — странноприимный дом. Клиентов гостиниц сейчас называют не иначе как «гости». Однако в работах многих авторов туризм рассматривается составляющей частью индустрии гостеприимства, ибо задача гостеприимства как более емкого и общего понятия — удовлетворение потребностей не только туристов в узком смысле, но и потребителей вообще.

Гостеприимство, будучи одним из фундаментальных понятий человеческой цивилизации, уже давно *превратилось в индустрию,* целью и результатом которой является ориентация на клиента и удовлетворение его потребностей. Характерная черта гостеприимства — гармоничное сочетание производства туристских услуг, комфортности сферы отдыха и любезного поведения обслуживающего персонала. Все это делается с целью удовлетворить потребности туристов и гарантировать им безопасность отдыха и пребывания, а также

физический и психологический комфорт. Гостеприимство — важное свойство туристского продукта, оно дает почувствовать туристу, что ему рады, с достоинством показать и проявить к нему уважение, оказать любезность. В словаре-справочнике «Туризм, гостеприимство, сервис» индустрия гостеприимства определена как система современных производств, предприятий, сервисных учреждений и организаций, специализирующихся на обслуживании приезжих в данную местность на сравнительно короткий период времени с целью отдыха, деловых встреч или личными целями. Исходя из вышесказанного индустрия туризма и гостеприимства — сложная комплексная сфера профессиональной деятельности людей, усилия которых направлены на удовлетворение разнообразных потребностей клиентов (гостей), как туристов, так и местных жителей. Она объединяет туристские фирмы, объекты познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-оздоровительного и иного назначения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, транспортные и экскурсионные услуги. В настоящее время туризм воспринимает воздействие различных отраслей, неотделимых от самого туризма как процесса: таможенного контроля, страхования туристов и экскурсантов, экологического права, административного права. Основными способами регулирования сферы туризма и гостеприимства являются:

- стандартизация туристской деятельности и объектов туристской индустрии (санаториев, курортов, отелей, баз отдыха, пансионатов и пр.);
- сертификация туристского продукта.

Все это осуществляются в целях защиты прав и интересов туристов и экскурсантов. Одним из способов государственного регулирования сферы туризма и гостеприимства является стандартизация туристской деятельности и объектов туристской индустрии. Стандарт — это образец, принимаемый как исходный, для сопоставления с ним иных объектов. О видах стандартов, их функциях и признаках мы поговорим в следующих главах. Стандартизация же — это процесс установления и применения стандартов. Ее задачами являются:

- установление показателей качества туристского обслуживания и требований к качеству, а также к процессам оказания туристских услуг;
- установление требований, которые обеспечивают охрану здоровья и безопасность услуг, населения и окружающей среды;
- установление требований, которые обеспечат точность и своевременность исполнения, эргономичность услуги, эстетичность услуги;
- установление требований к сертификации туристских услуг, а также установление основных понятий в области стандартизации и управления качеством в сфере туристско-экскурсионного обслуживания.

Сейчас в России туризм официально признан одним из приоритетных направлений развития экономики. И наша страна как туристская страна с высоким туристско-рекреационным потенциалом занимает далеко не первое место на рынке международного туризма. На долю въезжающих в Россию туристов приходится примерно 1% мирового туристского потока, и это — весьма низкий показатель. Хотя культурно-исторический и природный потенциал нашей страны гораздо выше, чем во многих других странах мира с более высокой посещаемостью туристами. На данном этапе наблюдается весьма жесткая конкуренция на мировом и внутреннем рынке, где основными компонентами успешной работы стали качество товаров и услуг. Именно качество на сегодняшний день становится основным фактором продажи туристского продукта клиенту по выгодной цене. Поэтому вопрос освоения методов обеспечения качества, которые основываются на сертификации и стандартизации, в настоящее время весьма актуален.

Вопросы к обсуждению:

1. Дайте определение понятию «туристская индустрия» в соответствии с Федеральным законом РФ «Об основах туристкой деятельности в Российской Федерации».

2. Раскройте содержание отчета «Влияние туризма и путешествий на рынок труда и экономику Российской Федерации», представленного Всемирным советом по туризму и путешествиям (WTTC) в 2006 г.
3. Охарактеризуйте различные подходы к определению понятий «гостеприимство», «индустрия гостеприимства», «индустрия туризма и гостеприимства».

1. Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства

2. Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.
Безопасность производственного оборудования. Средства коллективной защиты. Соответствие производственных объектов и продукции государственным нормативным требованиям охраны труда. Безопасность применения персональных компьютеров. Освещение. Идентификация опасных и вредных факторов производства и оценка риска. Методы и средства защиты от опасностей технических систем и технологических процессов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Гигиенические критерии и классификация условий труда.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Аттестация рабочих мест по условиям труда	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия

Совокупность и уровень различных факторов производственной среды существенно влияют на условия труда, состояние здоровья и заболеваемость работающих.
Особенности возникающих при этом негативных изменений в организме и мер по их предупреждению определяются характером воздействующего вредного фактора производственной среды, что требует специального, более детального рассмотрения данного вопроса применительно к отдельным профессиональным вредностям, наиболее распространенным в производственных условиях.

Влияние на организм неблагоприятного производственного микроклимата и меры профилактики.

Виды производственного микроклимата и его воздействие на организм.

Микроклимат производственных помещений определяется совокупным воздействием на организм человека температуры, влажности, скорости движения воздуха, теплового излучения нагретых поверхностей. Микроклимат различных производственных помещений зависит от колебаний внешних метеорологических условий, времени дня, года, особенностей производственного процесса и систем отопления и вентиляции.
Одни производственные помещения характеризуются повышенной температурой воздуха и окружающих рабочих предметов. К ним относятся: мартеновские, прокатные, доменные цехи металлургической промышленности; красильные, сушильные отделения в текстильной промышленности; глубокие шахты; ряд цехов химической, сахарной и рафинадной промышленности. Воздух в этих помещениях нагревается от агрегатов, работающих с выделением тепла, в результате чего температура воздуха в помещениях может доходить до 35 °С и выше. В зимний период в таких цехах наблюдается резко выраженное движение воздуха (сквозняки) и резкие колебания температур. Другие производственные помещения характеризуются преобладанием низкой температуры воздуха и окружающих поверхностей. Например, холодильные камеры, бродильные отделения пивоваренных заводов, судостроительные предприятия и др. Температура воздуха в таких помещениях может приближаться к О °С и ниже. Наконец, имеется большое количество производственных цехов (механосборочные и деревоотделочные цехи, машинные залы электростанций и т. д.), микроклимат которых обычно определяется условиями наружной атмосферы и характером отопления в холодный период года. В зависимости от производственных условий наибольшее влияние оказывают либо отдельные элементы микроклимата, либо их комплекс, которые могут вызывать изменения в терморегуляции организма и состоянии здоровья работающих.
Одним из важнейших условий нормальной жизнедеятельности человека при выполнении профессиональных функций является сохранение теплового баланса организма при значительных колебаниях различных параметров производственного микроклимата, оказывающего существенное влияние на состояние теплового обмена между человеком и окружающей средой. Теплообменные функции организма, регулируемые терморегуляторными центрами и корой головного мозга, обеспечивают оптимальное соотношение процессов теплообразования и теплоотдачи в зависимости от конкретных метеорологических условий. Основная роль в теплообменных процессах у человека принадлежит физиологическим механизмам регуляции отдачи тепла. В обычных климатических условиях теплоотдача осуществляется в основном за счет излучения примерно 45% всей удаляемой организмом теплоты, конвекции — 30% и испарения — 25%. При пониженной температуре окружающей среды возрастает удельный вес конвекционно-радиационных теплопотерь. В условиях повышенной температуры среды теплопотери уменьшаются за счет конвекции и излучения, но увеличиваются за счет испарения. При температуре воздуха и ограждений, равной температуре тела, теплоотдача за счет излучения и конвекции практически исчезает и единственным путем теплоотдачи становится испарение пота. Низкая температура и усиление подвижности воздуха способствуют увеличению теплопотерь конвекцией и испарением. Роль влажности при пониженных температурах воздуха значительно меньше. В то же время считается, что при низких температурах среды повышенная влажность увеличивает те- плопотери организма в результате интенсивного поглощения водяными парами энергии излучения человека. Однако большее увеличение теплопотерь происходит при непосредственном смачивании поверхности тела и одежды. В производственных условиях, когда температура воздуха и окружающих поверхностей ниже температуры кожи, теплоотдача осуществляется преимущественно конвекцией и излучением. Если температура воздуха и окружающих поверхностей равна температуре кожи или выше ее,

теплоотдача происходит за счет испарения влаги с поверхности тела с верхних дыхательных путей, если воздух не насыщен водяными парами. Значительная выраженность отдельных факторов микроклимата на производстве может быть причиной физиологических сдвигов в организме рабочих, а в ряде случаев возможно возникновение патологических состояний и профессиональных заболеваний. Интегральным показателем теплового состояния организма человека является температура тела. О степени напряжения терморегуляторных функций организма и о его тепловом состоянии можно судить также по изменению температуры кожи и тепловому балансу. Косвенные показатели теплового состояния — влагопотеря и реакция сердечно-сосудистой системы (частота сердечных сокращений, уровень артериального давления и минутный объем крови). Нарушение терморегуляции из-за постоянного перегревания или переохлаждения организма человека вызывает ряд заболеваний. В условиях избыточной тепловой энергии ограничение или даже полное исключение отдельных путей теплоотдачи может привести к нарушению терморегуляции, в результате которого возможно перегревание организма, т. е. повышение температуры тела, учащение пульса, обильное потоотделение, и при сильной степени перегревания — тепловом ударе — расстройство координации движений, адинамия, падение артериального давления, потеря сознания. Вследствие нарушения водно-солевого баланса может развиться судорожная болезнь, которая проявляется в виде тонических судорог конечностей, слабости, головных болей и др. При работах на открытом воздухе во время интенсивного прямого облучения головы может произойти солнечный удар, сопровождающийся головной болью, расстройством зрения, рвотой, судорогами, но температура тела остается нормальной.

Воздействие инфракрасного излучения на организм человека вызывает как общие, так и местные реакции. Местная реакция сильнее при облучении длинноволновой радиацией, поэтому при одной и той же интенсивности облучения время переносимости короче, чем при коротковолновой радиации. За счет большой глубины проникновения в ткани тела коротковолновый участок спектра инфракрасной радиации обладает более выраженным общим действием на организм человека. Под влиянием инфракрасного излучения в организме человека возникают биохимические сдвиги и изменения функционального состояния центральной нервной системы, усиливается секреторная деятельность желудка, поджелудочной и слюнных желез. Холодовый дискомфорт (конвекционный и радиационный) вызывает в организме человека терморегуляторные сдвиги, направленные на ограничение теплопотерь и увеличение теплообразования. Уменьшение теплопотерь организма происходит за счет сужения сосудов в периферических тканях. Под влиянием низких и пониженных температур воздуха могут развиваться озноблення (припухлость, зуд и жжение кожи), обморожения, миозиты, невриты, радикулиты и др. Длительное охлаждение способствует развитию заболеваний периферической нервной, мышечной систем, суставов: радикулитов, невритов, миозитов, ревматоидных заболеваний. При частом и сильном охлаждении конечностей могут иметь место нейротрофические изменения в тканях.

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие о физиологии труда. Классификация основных форм деятельности человека.
2. Классификация видов трудовой деятельности по степени тяжести и напряженности.
3. Классификация условий трудовой деятельности.
4. Здоровье работников. Факторы, влияющие на здоровье.

2.2. Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте

Несчастный случай на производстве — это случай воздействия на работающего опасного производственного фактора при выполнении им трудовых обязанностей или задания руководителя работ. Несчастными случаями на производстве могут быть: травма, острое

отравление, тепловой удар, ожог, обморожение, утопление, поражение электрическим током, излучением, телесные повреждения в результате взрывов, аварий, обрушения зданий, конструкций, падения с высоты и т. д. Несчастные случаи расследуются и учитываются, если они повлекли за собой необходимость перевода работника на другую работу, временную или стойкую утрату трудоспособности либо его смерть. Порядок расследования несчастных случаев установлен Положением о расследовании и учете несчастных случаев на производстве, утвержденным постановлением Правительства РФ.

Если на рабочем месте с работником или группой работников произошло событие, которое может квалифицироваться как несчастный случай, руководитель работ обязан организовать доврачебную помощь пострадавшему (пострадавшим), при необходимости сохранить обстановку на месте происшествия (для расследования) и немедленно сообщить руководителю организации о произошедшем. Руководитель, получивший такую информацию, издает приказ о расследовании несчастного случая следующего содержания:

1. Назначить комиссию по расследованию несчастного случая в количестве не менее трех человек (инженер по ОТ — председатель, члены комиссии из числа производственного персонала и профсоюзной организации).
2. Комиссии в трехдневный срок расследовать несчастный случай и составить акт расследования по форме Н-1.
3. Во всех производственных звеньях предприятия произвести внеплановый инструктаж на тему происшедшего события (несчастного случая).

Комиссия, прибыв на место происшествия, изымает журнал инструктажей на рабочем месте и проверяет — был ли проинструктирован пострадавший и уточняет степень вины причастных к НС. На основании расследования комиссия устанавливает его обстоятельства и причины, квалифицирует как НС на производстве, связанный или не связанный с работой, определяет лиц, допустивших нарушения требований безопасности и охраны труда, законодательных и нормативных актов. Степень тяжести НС определяет лечебное учреждение по шкале признаков: легкий или тяжелый. Заключение дает клинико-экспертная комиссия лечебного учреждения, что отражается в больничном листе и выписном эпикризе.

Акт формы Н-1 составляется по установленной форме не менее чем в четырех экземплярах (на предприятие, в исполнительный орган Фонда социального страхования РФ по месту регистрации страхователя, территориальную инспекцию труда и, возможно, пострадавшему по его требованию). Срок хранения актов 45 лет. В некоторых случаях в расследовании принимает участие прокурор в пределах его компетенции. Не все НС по результатам расследования признаются несчастными случаями на производстве. Подлежат расследованию и квалифицируются как НС не связанные с производством происшествия (события), причинами которых стали алкогольное или наркотическое отравление, использование на рабочем месте орудий труда и материалов для личных нужд, уголовно наказуемые действия, общее заболевание и др. Если в результате несчастного случая пострадали два человека и больше, если это тяжелый НС или со смертельным исходом, об этом немедленно сообщается в территориальную инспекцию труда, а расследование выполняется комиссией территориальной инспекции труда в течение 15 суток, при необходимости — с прокурорским расследованием. О таких случаях в течение суток работодатель обязан сообщить в территориальную инспекцию труда. Если пострадавших пять человек и больше, то расследование в течение 15 суток осуществляет комиссия областной или краевой инспекции труда с участием профсоюзных органов. При количестве пострадавших 15 и больше расследование осуществляется на федеральном уровне или правительственной комиссией.

По охране труда, технике безопасности и травматизму ведется статистическая отчетность в организациях, ведомствах и по отраслям в целом. На основании этих данных выполняется анализ состояния и тенденции по травматизму, профзаболеваниям и затратам на компенсации.

Расследованию и учету подлежат также профессиональные заболевания.

Расследуются острые хронические профессиональные заболевания, возникновение которых обусловлено воздействием вредных производственных факторов при выполнении работниками трудовых обязанностей.

Под острым профессиональным заболеванием понимается заболевание, являющееся, как правило, результатом однократного (в течение рабочего дня или смены) воздействия на работника вредного производственного фактора, повлекшее временную или стойкую утрату профессиональной трудоспособности.

Под хроническим профессиональным заболеванием подразумевается заболевание, являющееся результатом длительного воздействия на работника вредного производственного фактора, повлекшее временную или стойкую утрату профессиональной трудоспособности.

Предварительный диагноз заболевания устанавливает учреждение здравоохранения, которое в течение суток извещает о профессиональном заболевании учреждение Роспотребнадзора и сообщает руководителю предприятия.

Учреждение Роспотребнадзора в течение суток после получения извещения приступает к выяснению обстоятельств и причин возникновения заболевания. Одновременно дается санитарно-гигиеническая оценка условий труда работника по установленной форме.

Руководитель предприятия обязан организовать расследование обстоятельств и причин возникновения у работника профзаболевания. Для этого в течение 10 дней после даты получения извещения об установлении окончательного диагноза руководитель создает комиссию по расследованию, которую возглавляет главный врач учреждения Роспотребнадзора. В состав комиссии входят представители работодателя, учреждения здравоохранения и представитель профсоюзного органа.

Заключение комиссии является основанием для принятия решения о профзаболевании и устранении причин возникновения. Если причиной возникновения профзаболевания стали неправильные действия пострадавшего, то комиссия может установить степень вины застрахованного работника, выраженную в процентах страховых выплат.

Вопросы к обсуждению:

1. Производственная санитария. Физиологическое действие метеорологических факторов на человека. Гигиеническое нормирование параметров микроклимата производственных помещений.
2. Системы производственного освещения, нормирование освещения, влияние освещения на деятельность человека.
3. Понятие о вредных и ядовитых веществах, действие на организм человека.
4. Опасности биологического характера.
5. Характеристика вибраций и акустических колебаний. Их влияние на здоровье человека, методы борьбы с ними.

1. Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства

2. РАЗДЕЛ 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.

Общая характеристика единой интегрированной системы безопасности гостиницы.Персонал службы безопасности, отбор, требования, количественный состав, тренинг. Основные угрозы для гостей, персонала, владельцев. Страховые случаи у туристов: при доставке, поселении, проживании в гостинице и отъезде. Угроза безопасности, жизненно важные интересы, объект и субъект безопасности. Угрозы безопасности их классификация.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Организационные вопросы функционирования службы безопасности в гостинице	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Важнейшие общественные отношения, связанные с обеспечением безопасности, регулируются Конституцией РФ, Законом РФ «О безопасности», законом о защите населения, уголовным законодательством и другими нормативными правовыми актами.
Осуществление безопасности отелей с учетом классификации по уровню предоставляемых услуг в данной сфере отражается в структуре службы безопасности, которая схематично представлена на рис. 6.8.

Рис. 6.8. Служба безопасности

В задачи службы безопасности отеля (security) входят:

- защита жизни и здоровья персонала и гостей;
- организация безопасности имущества клиентов;
- организация сохранности собственности отеля;
- защита материальных и информационных ценностей;

- взаимодействие с внешними охранными структурами, государственными и международными органами безопасности;
- поддержка общественного порядка и обеспечение надлежащего поведения во всех общественных местах отеля;
- обеспечение гостям покоя и конфиденциальности во время их пребывания в отеле;
- незамедлительное и эффективное реагирование в случае какого-либо происшествия, требующего вмешательства персонала отеля или представителей сторонних ведомств (милиции, «скорой помощи» и т.п.);
- предоставление специальных услуг по обеспечению повышенной безопасности высокопоставленных лиц, к охране которых предъявляются особые требования.

Для выполнения этих задач служба безопасности:
- осуществляет контроль доступа, проверяет наличие оружия при входе;
- предотвращает кражи и проникновение в отель посторонних лиц и нежелательных криминальных элементов;
- охраняет места, в которых осуществляется прием денег;
- обеспечивает сохранность дорогостоящей оргтехники и документов строгой отчетности;
- выполняет мероприятия по противопожарной защите;
- осуществляет видеонаблюдение.

Понятие безопасности включает в себя не только защиту от криминальных посягательств, но еще в большей степени систему предупреждения пожара, взрыва и других чрезвычайных происшествий.

Элементами системы предупреждения являются:

- выявление наиболее уязвимых зон и особо опасных угроз;
- составление всех возможных сценариев криминальных действий и выработка адекватных мер противодействия;
- оптимальное сочетание организационных, технических и физических мер предупреждения и своевременного реагирования на любую опасную ситуацию;
- принципы организации охраны различных категорий гостиничных номеров и служебных помещений;
- правильный выбор технических средств и систем безопасности, их проектирование, монтаж и обслуживание;
- специально разработанные системы регламентации поведения обслуживающего персонала и сотрудников, отвечающих за безопасность;
- детальные инструкции по действиям во всех возможных нештатных ситуациях и доведение их до каждого сотрудника;
- краткие, красочные, высокоинформативные и интуитивно понятные инструкции по пользованию аппаратурой безопасности для гостей, в которые должны быть внесены краткие правила поведения в экстремальной ситуации;
- регулярные занятия по повышению квалификации персонала службы безопасности, физической и боевой подготовке;

- обучение всего персонала отеля правилам пользования аппаратурой комплекса безопасности;
- для персонала отеля — периодическая (не менее одного раза в год) проверка знаний в области безопасности, дополнительное обучение по мере смены кадров и модернизации комплекса;
- немногочисленная, но профессиональная инженерная служба (в рамках штата службы безопасности), в обязанности которой входит проведение технического обслуживания комплекса автоматизации здания, проведение обучения и консультирования сотрудников прочих служб гостиницы;
- прочие меры (разрабатываются индивидуально для каждого конкретного гостиничного комплекса).

Наиболее опасными для отелей угрозами и криминальными действиями являются:
- пожар, причиной которого может быть небрежность гостей, неисправности электрооборудования, несоблюдение или нарушение правил противопожарной безопасности обслуживающим персоналом, умышленный поджог;
- взрыв, вызванный проносом и установкой взрывчатки в криминальных целях, или взрыв газа при его утечке (особенно вероятно в местах приготовления пищи в ресторанах, барах при использовании газового оборудования);
- несанкционированный проход посторонних лиц в номера при отсутствии гостей в целях кражи ценностей, документов, установки взрывных устройств или подслушивающей аппаратуры;
- несанкционированный проход в номера обсуживающего персонала с теми же криминальными целями, обусловленный криминальными мотивами или шантажом преступников;
- нападение на гостя в номере, лифте или в другом месте гостиницы;
- нападение на кассу в рабочее время или попытка ее вскрытия в нерабочее время;
- нападение на администрацию гостиницы в целях шантажа, требования открыть кассу или нейтрализовать систему безопасности;
- террористический акт со взятием заложников — клиентов гостиницы или попытка подрыва или поджога;
- вооруженное нападение на номера, арендуемые у гостиниц коммерческими фирмами под офисы;
- повреждение и угон автотранспорта;
- нанесение морального ущерба гостям, владельцам и персоналу.

Объекты безопасности отеля представлены в таблице 6.2.

Таблица 6.2. **Объекты безопасности отеля**

Места повышенного интереса	Возможная акция
Касса, пункт обмена валют	Вооруженное ограбление
Камера временного хранения ценностей, сейф	Вооруженное ограбление, кража

Зал приема/оформления гостей и место хранения ключей, места приема багажа	Захват заложников, хищение ключей, кража
Помещения высшей администрации	Захват заложников, вооруженное нападение, убийство
Помещения службы безопасности	Нейтрализация охраны и системы сигнализации
Гостиничные номера и особенно апартаменты «люкс»	Ограбление, кража, нападение на гостей
Места повышенного интереса	Возможная акция
Помещения для конфиденциальных переговоров	Установка подслушивающей аппаратуры
Ресторан, кафе, бар	Вооруженное ограбление, захват заложников
Автостоянка	Угон автомобиля, закладка взрывного устройства

Данный перечень может быть дополнен или изменен в зависимости от типа отеля и местных условий.

По степени подготовки и оснащения злоумышленники могут быть разделены на следующие группы:

• случайный, неосведомленный, как правило, не вооруженный и без специального оснащения человек, пытающийся проникнуть в гостиницу без определенного плана действий. К этой группе относятся подростки, алкоголики, мелкие хулиганы или психически неуравновешенные люди;

• одиночный грабитель или террорист, осведомленный о режиме работы гостиницы, о местах хранения значительных ценностей или размещении состоятельных гостей;

• вооруженная группа, проникающая в гостиницу в целях грабежа, теракта или взятия заложников;

• сотрудник гостиницы, вступивший в сговор с криминальной группой в целях наживы или под влиянием шантажа;

• злоумышленник, поселившийся под видом гостя.

Очень часто террористы и террористические группировки осуществляют свои акции в дни религиозных праздников, исторических событий, а также в годовщины террористических операций.

Отель заинтересован в создании имиджа открытого дома с обеспечением режима наибольшего благоприятствования для максимального числа гостей, поэтому любые устройства

безопасности не должны иметь устрашающего вида, но в то же время должны внушать гостю чувство личной безопасности и комфортности.

Элементы комплекса технических средств безопасности (КТСБ) — телевизионные камеры могут быть заметными только в наиболее потенциально опасных зонах отеля (лифт-холлах, вестибюле, зоне пункта обмена валюты и т.п.). В других же местах (особенно там, где расположены номера) гость не должен чувствовать повышенного к себе «внимания». Система прохода в отель должна быть предельно простой и не создавать для гостя больших затруднений. Системы доступа в номера не принято строить в режиме online, который обеспечивает постоянный дистанционный контроль состояния номера. 96% всех систем доступа в номерной фонд отелей построено по принципу off-line-систем, когда все двери номеров автономны и не являются элементами общей централизованной сети.

Для реализации же необходимых сервисных функций (уборки номера, вызова персонала и др.) используются телефонные номера «сервисные системы гостиничных номеров», которые позволяют гостю информировать обслуживающий персонал в необходимых случаях.

Служба безопасности отеля осуществляет взаимодействие с правоохранительными органами. Политическая и оперативная обстановка в государстве меняется. Охранные структуры отеля должны реагировать на эти изменения и при необходимости вырабатывать планы мероприятий по активизации работы совместно с правоохранительными органами (УВД, УФСБ, ФСО).

Например, в связи с возросшей опасностью терактов совместно с правоохранительными органами должны создаваться планы первичных мероприятий по активизации работы, связанной с обеспечением безопасности отеля. В них должна быть четко определена роль каждого исполнителя — УВД, УФСБ, службы собственной безопасности отеля, в определенных случаях ФСО.

Объектом особого внимания в отеле является безопасность VIP-гостей. Служба охраны высокопоставленных гостей обычно предъявляет к службе безопасности отеля следующие требования:

• выделение определенных номеров под штаб для охраны гостя;

• телохранитель гостя может потребовать, чтобы ему дали возможность обыскать официанта до того, как он войдет в номер;

• звонящие не должны получать каких-либо данных о VlP-гос- те и номере его комнаты от телефонистки отеля. Сотрудники телефонной станции отеля должны получить инструктаж о том, что если кто-то будет слишком настойчиво пытаться выяснить о нем что-либо, то они должны немедленно доложить об этом менеджеру или офицеру безопасности отеля;

• контроль за тем, чтобы прислуга не оставляла незапертой дверь балкона, через которую в номер может проникнуть злоумышленник и ждать постояльца;

• вся корреспонденция гостя поступает в штаб, где проверяется с помощью металлоискателя и другими способами;

• изготовление дубликатов ключей от номеров, которые занимает клиент со свитой.

В отеле защите также подлежит следующая информация:

• информация о клиентах категории VIP: о фактах прибытия и убытия, времени проживания, распорядке дня, посетителях и телефонных абонентах клиента; о содержании ведущихся клиентом переговоров (в номере или в специально выделенных комнатах), информация, обрабатываемая с применением клиентом или отелем оргтехники (персональный компьютер, пишущая машинка, электронная записная книжка);

• информация, обсуждаемая или обрабатываемая с применением технических средств во время совещаний в специально выделенных помещениях;
• коммерческая тайна (КТ) — сведения экономического, технического, финансового характера, о деловых связях, о клиентах, данные по кадрам, сведения по организации охраны и противопожарной безопасности.
Передача информации сторонним организациям, не связанным с отелем прямыми служебными контактами и совместными обязательствами, должна регулироваться договорными отношениями, предусматривающими обязательства и ответственность сторон, включая возмещение материальных затрат за предоставление информации и компенсацию за нарушение договорных обязательств.

Условия, при которых обеспечивается сохранность конфиденциальной информации отеля:
• в трудовой договор, который заключен между работодателем и работником, внесены условия допуска к коммерческой тайне;
• знание сотрудниками отеля, какая информация из той, которой они располагают согласно своим должностным обязанностям, составляет КТ отеля;
• обеспечение сотрудниками защиты этой информации.
Если эти условия не выполняются, у отеля нет законных оснований для привлечения работников к административной и правовой ответственности за разглашение или передачу сведений, составляющих КТ.
Допуск работника к конфиденциальной информации осуществляется с его согласия. Работодатель имеет право отказать в приеме на работу тому, кто не хочет брать на себя обязательства по сохранению коммерческой тайны, в том случае, если выполняемая трудовая функция (работа по определенной специальности, квалификации или должности — ст. 15 ТК РФ) предусматривает необходимость работы с конфиденциальной информацией.
Сотрудник, получивший доступ к конфиденциальной информации, должен подписать индивидуальное письменное обязательство (договор) о неразглашении коммерческой тайны.
Безопасность — это продукт тяжелой работы, хорошего планирования и здравомыслия. Несмотря на то что техника всегда очень важна, нельзя сильно от нее зависеть.

В состав комплекса технических средств безопасности (КТСБ) отеля входят следующие системы:
• охранной и тревожно-вызывной сигнализации (СОТС);
• управления доступом в номера;
• телевизионного наблюдения и цифровой видеорегистрации;
• защиты информации;
• пожарной безопасности и пожаротушения.

Взаимодействие с аудиторией:
1. Электромагнитные поля и излучения, их характеристика, влияние на здоровье человека, методы защиты от их влияния.
2. Характеристика ионизирующих излучений, влияние на здоровье человека, нормирование ионизирующих излучений, методы защиты от них.

3. Основы электробезопасности (действие тока на организм человека, факторы, определяющие тяжесть электротравмы, классификация помещений по степени электробезопасности, способы повышения электробезопасности на предприятиях).
4. Обеспечение пожарной безопасности на производстве (в организациях).

Тема 3.2. Пожарная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Между понятием безопасности в сфере гостеприимства, качеством услуг и рыночными условиями функционирования гостиниц и иных средств размещения существует некоторое диалектическое противоречие. С одной стороны, можно улучшать качество услуг (качество среды гостеприимства) за счет вложения все больших средств в усиление мер и степени безопасности. При этом наступает предел, когда увеличение степени безопасности ведет к ограничению свободы человека. В результате теряют смысл сами понятия качества услуги, комфорта безопасности и гостеприимства. С другой стороны, затраты на внедрение мер безопасности могут быть непосильными для гостиницы и она будет вынуждена снизить качество других услуг [1]. Поэтому меры должны быть адекватны, разумны, пропорциональны степени риска, а затраты на обеспечение безопасности - оптимальными (рациональными), не слишком обременительными для туристского предприятия.

Критерий оптимальности - минимизация риска угроз при данном уровне качества жизни. Главными стратегическими задачами обеспечения безопасности гостиницы являются:
а) создание хорошо продуманной комплексной системы мер по обеспечению безопасных условий для гостей и предприятия;
б) создание и поддержка имиджа предприятия как совершенно безопасного для гостей, туристов;
в) достижение оптимального соотношения в обеспечении безубыточности гостиницы и в обеспечении ее безопасности.

Объектами обеспечения безопасности являются:
- человек (турист, гость, посетитель, работник, владелец гостиницы);
- имущество (туриста, гостя, посетителя, работника, владельца гостиницы).

Субъектами обеспечения безопасности являются:
- руководитель гостиницы и его заместители по различным проблемам обеспечения безопасности;
- сотрудники службы безопасности и, в конечном счете, все работники гостиницы.

Система комплексной безопасности гостиницы - это организованная управленческим персоналом совокупность специальных мер и средств, обеспечивающих безопасность людей и имущества [2].
Составляющими системы комплексной безопасности являются: подсистемы обеспечения пожарной, медицинской, экологической, финансово-экономической, кадровой, правовой, информационной, физической (личностной) безопасности в гостинице.

Каждая из подсистем системы комплексной безопасности гостиницы представляет собой организованную (специфичную для этой подсистемы) совокупность методов и средств безопасности. Набор методов и средств, из которых состоит эта совокупность, в настоящее время достаточно широк и включает такие методы и средства, как технические, охранные, режимные, силового реагирования, кадровые, организационно-управленческие, юридические, информационные, психологические, пропагандистские, аналитические, детективные, психофизиологические и даже энергоинформационные[3]. Общими мерами обеспечения каждой из составляющих подсистем (или подсистемы) являются типовые мероприятия, направленные на улучшение состояния защищенности туристского предприятия: выявление, предотвращение, нейтрализация, уничтожение различного вида угроз. Основные услуги, предоставляемые гостиницами и другими средствами размещения включают: проживание и питание. Требования к средствам размещения в России регулируются ГОСТ Р 51185-2014 «Средства размещения. Общие требования», правилами предоставления гостиничных услуг в РФ, международными гостиничными правилами и стандартами. Средства размещения должны располагаться в благоприятных, экологически чистых местностях, прилегающие к ним территории -быть благоустроены, снабжены освещением, автостоянками и т. п.; сами здания должны соответствовать строительным нормам и правилам (СНиП), начиная с закладки фундамента и заканчивая завершающими строительными работами, что будет обеспечивать безопасное нахождение в них. Функционирующие средства размещения должны соответствовать архитектурным и техническим условиям, требованиям правил пожарной безопасности (ППБ), быть оборудованы системой противопожарной защиты и системой пожарного оповещения, что снижает фактор пожароопасности. В зданиях в доступных для обозрения местах должны быть вывешены планы действий для персонала и туристов в случае чрезвычайных ситуаций, указатели аварийных выходов и лестниц. В штате службы средств размещения должны быть высококвалифицированные специалисты по вопросам безопасности технического оборудования (инженеры, монтажники, лифтеры и др.). Оборудование, установки, общественные помещения в средствах размещения должны быть функциональными и безопасными для использования (лифты, эскалаторы и др.), гармонично располагаться по отношению к помещениям, в которых они находятся. Для обеспечения безопасности здоровья туристов, в зданиях повсеместно должна соблюдаться строгая санитария, чистота и гигиеничность, требующая наличия санитарно-технического оборудования и инвентаря для обработки (глажения, стирки, хранения) белья, системы удаления отходов и пыли, производства ежедневной уборки номеров (в гостиницах всех категорий) и периодической смены белья. Номера должны естественно (через окно) и/или принудительно вентилироваться, а их обстановка - позволять передвигаться и использовать все оборудование и мебель свободно, удобно и безопасно. На протяжении всей поездки необходимо обеспечивать сохранность вещей туристов. Эти требования предусмотрены и в гостиницах, которые оборудуются замками с внутренними предохранителями, где также предоставляются услуги по хранению ценностей, инвентаря и багажа в охраняемых сейфах и камерах хранения. Безопасность туристов и их вещей обеспечивается круглосуточно. Для более комфортного и безопасного проживания туристов-инвалидов входы в гостиницу и некоторые номера, ванные комнаты, туалеты оборудованы полозьями для приема инвалидов на колясках в соответствии с требованиями классификационных стандартов ряда стран[4]. Предоставление качественного и безопасного питания -важный компонент предлагаемого гостям комплекса услуг. Для организации питания требуется выполнять ряд важных функций: закупка и хранение сырья, организация приготовления пищи, обработка и хранение предметов

сервировки, обслуживание гостей. Выполнение указанных функций регулируется специальными актами органов торговли, здравоохранения, санитарно-эпидемиологического надзора. Деятельность объектов общественного питания в России регламентирована Правилами оказания услуг общественного питания, утвержденными постановлением Правительства РФ от 15.08.1997.

В целях обеспечения безопасности жизни и здоровья гостей законодатель предъявляет требования к хранению и обработке пищевых продуктов, кухне и ее оборудованию, питьевой воде, совместимости блюд, количеству калорий, обслуживающему персоналу и ряд других. Согласно этим требованиям, кухня, ее оборудование, кухонные принадлежности, посуда, стекло должны быть чистыми, гигиеничными, практичными и содержаться таким образом, чтобы гарантировать здоровье и безопасность. Чтобы обеспечивать эффективное, бесперебойное обслуживание, необходимо постоянно содержать в исправном состоянии техническое и технологическое оборудование (морозильные камеры, холодильники, контейнеры, плиты и т. п.). Продукты в процессе транспортировки, хранения и переработки должны подвергаться охлаждению, вентиляции, защите от пыли, насекомых и грызунов.

Обслуживающий персонал должен пройти профессиональную подготовку в соответствии с квалификационными требованиями, а также по меньшей мере один сотрудник должен пройти подготовку по вопросам безопасности в сфере общественного питания. Организаторам услуг питания, необходимо учитывать, что создание персоналом сердечной и дружелюбной атмосферы способствует тому, чтобы гость в будущем захотел вновь приобрести такие услуги.

Взаимодействие с аудиторией:

1. Пути повышения эффективности трудовой деятельности. Понятие об эргономике.
2. Нормативно-правовое обеспечение охраны труда.
3. Охрана труда отдельных категорий работников (женщин, молодежи, инвалидов, подростков).
4. Международное сотрудничество в области охраны труда.
5. Общие принципы оказания первой медицинской помощи пострадавшим.

1. Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства

2. РАЗДЕЛ 4. Финансовая и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.

Общая характеристика внутренних и внешних социально-экономических угроз. Принципы системы обеспечения безопасности гостиницы. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности их содержание. Система безопасности. Цели, задачи системы безопасности. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств. Подсистемы безопасности и их содержание. Экономическая безопасность.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организационные вопросы разработки и внедрения концепции экономической безопасности в гостинице.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
2	Организационные вопросы функционирования службы ифнормационной безопасности в туризме и гостеприимстве	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

4.1. Финансовая безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Экономическая безопасность представляется одной из важнейших частей национальной безопасности и является фактором, обеспечивающим благополучное развитие государства. В современных условиях все большее значение с точки зрения экономической безопасности национальной экономики приобретает индустрия туризма, так как она направлена на удовлетворение потребности людей и повышения качества жизни населения. В сравнении с другими отраслями экономики, туризм не приводит к истощению природных ресурсов, являясь экспортоориентированной сферой, также проявляет большую стабильность по сравнению с другими отраслями в условиях неустойчивой ситуации на мировых рынках. Рассмотрение темы экономической безопасности в туристической сфере целесообразно начать с разбора понятий безопасности в целом, экономической безопасности и туризма. Экономическая безопасность – это состояние экономики, обеспечивающее достаточный уровень социального, политического и оборонного существования и прогрессивного развития Российской Федерации, неуязвимость и независимость ее экономических интересов по отношению к возможным внешним и внутренним угрозам.424 Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – граждане) из постоянного места жительства в познавательных, лечебных, оздоровительных, спортивных, религиозных, профессионально – деловых и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания. Туризм в Российской Федерации на государственном уровне считается приоритетной сферой национальной экономики. Обладая богатыми культурно-историческими и природными ресурсами, страна стоит перед проблемой создания современной индустрии туризма, способной привлечь иностранных и отечественных туристов. Решение целого ряда экономических, организационных, социальных, правовых проблем должно способствовать подъему сферы туризма в России, увеличению ее вклада в национальную экономику, повышению ее рейтинга в мировых показателях . Следует обозначить, что изучение сферы туризма в аспекте экономической безопасности является важным вопросом развития туризма, поскольку туризм оказывает глубокое как позитивное, так и негативное воздействие на людей, экономику и окружающую среду. В настоящее время в туризме безопасность следует рассматривать в трех уровнях: обеспечение безопасности самого туриста, обеспечение безопасности предприятий туристической индустрии и обеспечение безопасности государства со стороны индустрии турима. В научноэкономической литературе экономическая безопасность в индустрии туризма характеризуется системой взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов, таких как:

-экономическая безопасность туриста (гарантии защиты жизненных интересов туриста и обеспечение социально-экономической защиты, страхование лиц, выезжающих с места постоянного проживания и т.д.)
-экономическая безопасность туристического предприятия (показатели эффективности использования ресурсов - финансовых, материальных, интеллектуальных, политико-правовых и кадровых ресурсов)
-экономическая безопасность индустрии туризма (совокупность текущего состояния гостиничной индустрии, транспорта, объектов питания, развлекательного и спортивного, познавательного, делового, лечебнооздоровительного и других организаций обеспечивающих деятельность предприятий туристической индустрии) -экономическая безопасность региона предоставляющих туристические услуги (это совокупность состояния социально-экономических, географических, политических, информационных, эколого-социальных, технологических, техногенных факторов отражающих стабильность региона в предоставлении туристических услуг)
-экономическая безопасность страны (это показатели роста ВВП, уровня и качества жизни населения, темпов инфляции и норм безработицы, структуры экономики, государственного долга, технического состояния производства, конкурентоспособности, импортной зависимости(въезд и выезд туристов) и т. д.).
Экономическая безопасность в индустрии туризма характеризуются безопасностью объектов и субъектов. Под объектами экономической безопасности понимают: трудовые ресурсы (трудоспособное население обеспечивающие реализацию услуг); основные производственны и оборотные фонды туристических и гостиничных предприятий; финансовые ресурсы индустрии туризма; производственно-хозяйственные структуры; объекты недвижимости гостиничных и туристических предприятий; туристические регионы; гостиничные и туристические предприятия; общество; турист. Субъектами экономической безопасности могут выступать: общества потребителей услуг; производители, продавцы и посредники продуктов, работ и услуг; страховые компании в сфере услуг; банковские организации; таможенные и налоговые службы; надлежащие комитеты и комиссии, а также министерства и ведомства. В туристской сфере выделяют следующие виды экономической безопасности: внешнеэкономическая деятельность; экономическая деятельность; эколого-демографическая деятельность; промышленнопродовольственная деятельность; производственно-техническая и другие виды деятельности. Таким образом, обеспечение экономической безопасности предприятия туристской индустрии предполагает своевременное прогнозирование и выявление внешних и внутренних угроз экономической безопасности, в связи обостренной экономической обстановкой в нашей стране и во всем мире(сказываются наложенные санкции, эмбарго), повышение уровня конкурентоспособности предприятий производящих и предоставляющий услуги, поддержание отраслей обслуживающих и являющихся фундаментом развития туристской отрасли, государственная поддержка инвестиционной и инновационной активности.

4.2. Информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Туристическая отрасль – одна из самых чувствительных к угрозам информационной безопасности. Это и неудивительно – ведь туристические компании обрабатывает самую разную конфиденциальную информацию о своих клиентах, а даже обыденные сведения о туристе могут сказать очень много о его вкусах, привычках, предпочтениях и состоянии здоровья. Информационная безопасность туристической фирмы может быть обеспечена только при условии строгого соблюдения норм в области защиты персональных данных.

Помимо этого, туризм – одна из отраслей, наиболее часто использующих платежи через интернет. Бронирование номеров в гостиницах, резервирование авиабилетов и другой инфраструктуры с оплатой через Всемирную сеть – самое обычное явление в сфере путешествий и туризма. Поэтому одной из самых важных задач туристических компаний является безопасная обработка банковских данных и реализация всех требований PCI DSS (стандарта защиты данных в индустрии платежных карт).

Информационная безопасность туристической фирмы, как правило, обеспечивается теми же процедурами и средствами, что и любого другого коммерческого предприятия, но с учетом повышенного количества чувствительных данных и транзакций.

Развитие туризма в мире предъявляет особые требования к объектам размещения. Помимо видимого уровня сервиса устанавливаются нормы безопасности гостиниц и развитие технологий способствует соблюдению этих норм. Гостиница является местом повышенного скопления людей это накладывает обязательства по обеспечению безопасности гостей на персонал. Безопасность – состояние объекта защиты, при котором воздействие на него всех потоков вещества, энергии и информации не превышает максимально допустимых значений. Безопасность гостей, персонала, а также защита информации, одна из важнейших проблем, которую должно решить руководство отеля. Система безопасности предприятия призвана выполнять определенные функции. К наиболее значимым из них следует отнести: прогнозирование, выявление, предупреждение, ослабление опасностей и угроз; обеспечение защищенности деятельности предприятия и его персонала, сохранности его имущества, создание благоприятного конкурентной среды, ликвидация последствий нанесенного ущерба и т.д. Современный этап развития общества характеризуется интенсивной информатизацией всех сфер его жизнедеятельности. Развитие и широкое применение информационных технологий является глобальной тенденцией мирового развития и научно-технической революции последних десятилетий. Информационные технологии используются повсеместно в нашем мире и гостиницы не являются исключением. Они используются как для обеспечения скорости и удобства процесса обслуживания, так и для защиты гостей. В гостинице можно выделить множество источников опасности, такие как техногенные катастрофы, кражи, пожары, отравления, землетрясения, теракты, хакерские атаки и многое другое. Техническое обеспечение помогает персоналу гостиницы поддерживать безопасность гостей 24 часа в сутки. Особенности использования информационных технологий в обеспечении безопасности гостиничных предприятий определяются противоречием между потребностями в безопасности, которые предъявляют потенциальные потребители туристских услуг, к индустрии гостеприимства и готовностью средств размещения удовлетворить эти потребности.

Использование новейших информационных технологий значительно благоприятствует развитию всех сфер бизнеса. Ведь это и новые средства, и способы рекламы, и новые формы проведения бизнес-конференций, а также способы представления продукции. Технологии помогают отельерам планировать финансовые показатели, увеличивать загрузку, обеспечивают операционную деятельность, повышают качество сервиса. Некоторые технологии начинают не только обеспечивать гостю должный уровень сервиса, но и предугадывать его потребности. Останавливаясь в отеле во время отдыха или деловой поездки, всем хочется испытывать тот же комфорт, какой они испытывают дома. На сегодняшний день все гостиницы и отели предоставляют такие необходимые вещи, как мыло, полотенце, фен и т.д. Однако в условиях современного мира этого уже недостаточно. Современному человеку сложно представить жизнь без информационных технологий и Интернета, поэтому, выбирая место для своего временного проживания, отели, которые предоставляют различные ИТ и услуги Интернет, являются более предпочтительными. В гостиничном бизнесе информационные технологии используются уже несколько лет. При

помощи ИТ гостиницы организуют системы учета клиентов: базы данных, которые позволяют вести учет всех гостиничных номеров и клиентов. Большинство отелей имеют свой сайт, через который клиент может заранее зарезервировать номер и даже выбрать развлекательные и экскурсионные программы на свой вкус.
Можно выделить несколько основных направлений использования информационных технологий:
• система бронирования; • система расчетов с гостями;
• система бухучета;
• система электронного запирания;
• торговые терминалы;
• контроль состояния номерного фонда;
• учет дополнительных услуг;
• управление доходностью;
• система управления качеством обслуживания;
• система жизнеобеспечения (отопление, холодоснабжение и кондиционирование, водоснабжение, канализация, дренажные системы, электроснабжение, освещение, системы безопасности и пожаротушения, автопаркинг, телефонная связь, эфирное и интерактивное телевидение).

Внедрение современных технологий в работу предприятий гостиничной индустрии позволяет повысить качество продукта и ускорить процесс сбора и обработки информации, обеспечить взаимодействие в режиме реального времени с участниками рынка, расширить ассортимент услуг, а также автоматизировать процессы ведения документации, отчетности, бухгалтерского учета. Одним из важнейших средств реализации этих технологий являются автоматизированные системы управления (АСУ) и компьютерные системы бронирования (КСБ). Автоматизированная система управления (АСУ) отелем, или – в английском варианте – Property Management System (PMS). Основной функцией таких 72 систем является представление состояния номерного фонда, информация о занятости (зарезервированности) каждого конкретного номера, что позволяет осуществлять планирование продаж номеров в будущем, или бронирование, и текущий контроль за деятельностью средства размещения. Помимо прочего, АСУ позволяют избавиться от бумажной волокиты и исключить либо максимально уменьшить возможность ошибок, так называемого человеческого фактора, являющихся причиной дополнительных неудобств и материальных затрат. Вывод. Современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу гостиничного бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием успешной работы. Владение информацией актуально для сферы туристского бизнеса, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации во многом определяют эффективность управленческих решений в этой области. Реализация этих условий возможна только в рамках применения информационных компьютерных систем и соблюдения информационной безопасности.

Взаимодействие с аудиторией:

1. Проверка платежеспособности клиента.
2. Способы подделки карт, считывания информации, использование посторонними.
3. Защита системы ведения внутренних расчетов в гостинице.
4. Шпионаж и бизнес, коммерческая разведка, способы использования сотрудников.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства
2. Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания
3. Цели занятия.

Права и обязанности работодателя. Общие понятия о трудовой деятельности человека и условиях труда. Нормы российского трудового права. Государственная политика в области охраны труда. Государственное регулирование в области охраны труда. Нормативная база охраны труда. Технические регламенты и стандарты. Гарантии и компенсации работнику в связи с условиями труда. Локальные нормативные акты по охране труда.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основы охраны труда и техники безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Основные термины, определения и понятия, применяемые в сфере охраны труда.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия 1.1: Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания
Форма практического задания: дискуссия
Темы вопросов для обсуждения:

1. Основные направления государственной политики в области охраны труда
2. Охрана труда в коллективных договорах.
3. Охрана труда в трудовом договоре.
4. Охрана труда в правилах внутреннего трудового распорядка.
5. Охрана труда в соглашениях по охране труда.
6. Финансирование мероприятий по охране труда.
7. Профессиональные стандарты и их применение.
8. Независимая оценка квалификации работника на соответствие профессиональному стандарту или квалификационным требованиям.
9. Режим рабочего времени и времени отдыха.
10. Социальное страхование работников от несчастных случаев, профессиональных заболеваний и временной нетрудоспособности.

Тема практического занятия 1.2: Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания
Форма практического задания: дискуссия
Темы вопросов для обсуждения:

1. Федеральный государственный надзор в сфере труда
2. Контроль за соблюдением законодательства по охране труда профсоюзами, трудовыми коллективами.

3. Самозащита работников своих прав в области охраны труда.
4. Дисциплинарная ответственность за нарушение требований охраны труда
5. Административная ответственность за нарушения требований охраны труда
6. Уголовная ответственность за нарушения требований охраны труда.
7. Материальная ответственность за нарушения требований охраны труда.
8. Возмещение морального ущерба.
9. Регулирование труда отдельных категорий работников.
10. Компенсация работникам, занятым на работах с вредными и опасными условиями.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства

2. Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.

Безопасность производственного оборудования. Средства коллективной защиты. Соответствие производственных объектов и продукции государственным нормативным требованиям охраны труда. Безопасность применения персональных компьютеров. Освещение. Идентификация опасных и вредных факторов производства и оценка риска. Методы и средства защиты от опасностей технических систем и технологических процессов.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Гигиенические критерии и классификация условий труда.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Аттестация рабочих мест по условиям труда	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия 2.1: Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия

Форма практического задания: дискуссия
Темы вопросов для обсуждения:
1. Гигиенические критерии и классификация условий труда.
2. Аттестация рабочих мест по условиям труда.
3. Организация, проведение и оформление результатов СОУТ.
4. Декларация соответствия условий труда государственным нормативным требованиям.
5. Исследование и измерение идентифицированных вредных и опасных производственных факторов.
6. Оздоровление воздушной среды.
7. Производственный контроль за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-эпидемиологических (профилактических) мероприятий.

8. Медицинская экспертиза профессиональной пригодности или непригодности работников по состоянию здоровья.
9. Обязательные медицинские осмотры некоторых категорий работников.
10. Безопасность производственного оборудования.

Тема практического занятия 2.2: Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте.
Форма практического задания: дискуссия
Темы вопросов для обсуждения:
1. Обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве.
2. Общие принципы возмещения причиненного вреда и страхование ответственности за его причинение.
3. Законодательство РФ об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний.
4. Порядок расследования несчастных случаев на производстве.
5. Медицинское освидетельствование на опьянение.
6. Порядок расследования профессиональных заболеваний.
7. Травматизм на производстве и его причины.
8. Отчетность по травматизму.
9. Обеспечение по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний.
10. Средства на осуществление обязательного социального страхования.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства

2. РАЗДЕЛ 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.
Общая характеристика единой интегрированной системы безопасности гостиницы.Персонал службы безопасности, отбор, требования, количественный состав, тренинг. Основные угрозы для гостей, персонала, владельцев. Страховые случаи у туристов: при доставке, поселении, проживании в гостинице и отъезде. Угроза безопасности, жизненно важные интересы, объект и субъект безопасности. Угрозы безопасности их классификация.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице.	Кейс-задание
2	Организационные вопросы функционирования службы безопасности в гостинице	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия 3.1: Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания
Форма практического задания: кейс-задание
Содержание задания:
Изучить актуальную форму паспорта безопасности гостиниц или иных средств размещения, выбрать средство размещения (гостиница, хостел, общежитие, отель и др.) и заполнить документ по следующему плану:

1. Общие сведения о гостинице
2. Характеристика зданий (сооружений, территории) гостиницы или иного средства размещения
3. Общие сведения о работниках гостиницы или иного средства размещения
4. Сведения об арендаторах
5. Сведения об организациях, осуществляющих обслуживание гостиницы или иного средства размещения
6. Сведения о потенциально опасных участках и (или) критических элементах гостиницы или иного средства размещения
7. Возможные противоправные действия на территории гостиницы или иного средства размещения
8. Оценка социально-экономических последствий террористического акта на территории гостиницы или иного средства размещения
9. Силы и средства, привлекаемые для обеспечения антитеррористической защищенности гостиницы или иного средства размещения
10. Меры по инженерно-технической, физической защите и пожарной безопасности гостиницы или иного средства размещения
11. Оценка достаточности мероприятий по защите потенциально опасных участков и критических элементов гостиницы или иного средства размещения
12. Выводы о надежности охраны гостиницы и рекомендации по укреплению ее антитеррористической защищенности
13. Дополнительная информация с учетом особенностей гостиницы или иного средства размещения

Тема практического занятия 3.2: Пожарная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания
Форма практического задания: дискуссия
Темы вопросов для обсуждения:

1. Виды и формы недобросовестной конкуренции.
2. Роль плана в защите коммерческих интересов предприятия.
3. Способы несанкционированного доступа к источникам конфиденциальной информации.
4. Порядок допуска специалистов к конфиденциальной информации.
5. Порядок ведения личных дел лиц, допущенных к конфиденциальной информации.
6. Система допуска сотрудников, командированных и частных лиц к сведениям, составляющим коммерческую тайну.
7. Порядок проведения закрытых совещаний и переговоров.
8. Памятка сотруднику о сохранении коммерческой тайны.
9. Источники конфиденциальной информации.
10. Сведения не составляющие коммерческую тайну.
11. Что предусматривает защита коммерческой тайны?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3
форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства

2. РАЗДЕЛ 4. Финансовая и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.
Принципы системы обеспечения финансовой и информациионной безопасности турфирмы и гостиницы. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности их содержание. Система безопасности. Цели, задачи системы безопасности. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организационные вопросы разработки и внедрения концепции финансовой безопасности в гостинице.	Кейс-задание
2	Организационные вопросы функционирования службы экономической безопасности в гостинице	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия 4.1: Финансовая безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания
Форма практического задания: кейс-задание
Содержание задания:

Изучить актуальную форму паспорта безопасности гостиниц или иных средств размещения, выбрать средство размещения (гостиница, хостел, общежитие, отель и др.) и заполнить документ по следующему плану:

Общие сведения о гостинице
Общие сведения о работниках гостиницы или иного средства размещения
Сведения об арендаторах
Сведения об организациях, осуществляющих обслуживание гостиницы или иного средства размещения

Виды и формы недобросовестной конкуренции.
Роль плана в защите коммерческих интересов предприятия.
Способы несанкционированного доступа к источникам конфиденциальной информации.
Возможные противоправные действия экономического характера на территории гостиницы или иного средства размещения

Выводы о надежности финансовой охраны гостиницы и рекомендации по укреплению ее экономической защищенности

Тема практического занятия 4.2: Информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания
Форма практического задания: дискуссия
Темы вопросов для обсуждения:

Порядок допуска специалистов к конфиденциальной информации.
Порядок ведения личных дел лиц, допущенных к конфиденциальной информации.

Система допуска сотрудников, командированных и частных лиц к сведениям, составляющим коммерческую тайну.
Порядок проведения закрытых совещаний и переговоров.
Памятка сотруднику о сохранении коммерческой тайны.
Источники конфиденциальной информации.
Сведения не составляющие коммерческую тайну.
Что предусматривает защита коммерческой тайны?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4
форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

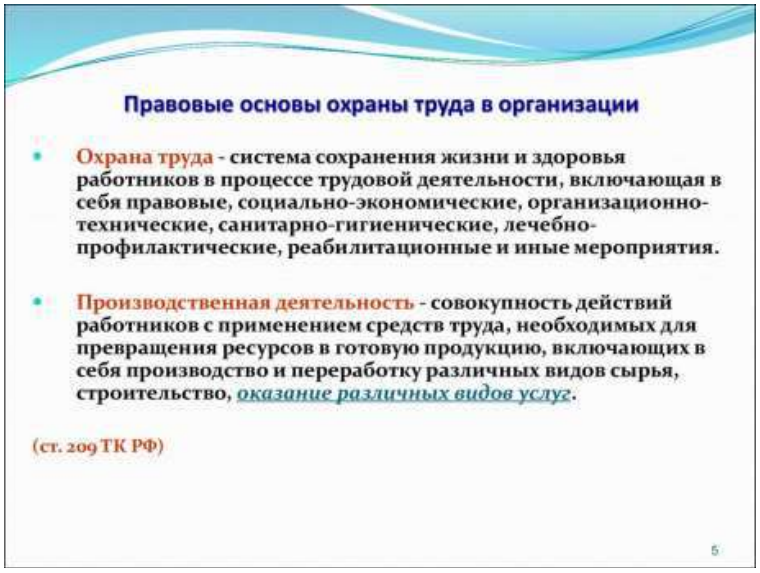
Тема 1.1. Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: https://ohranatryda.ru/pryntsypy-organizatsyy-ot/ohrana-truda-na-predpriatii-obsestvennogo-pitania.html

Источник: https://j-bk.ru/okhrana-truda/v-obshchepite.php

Источник: https://sosnovoborsk.pnzreg.ru/news/okhrana-truda/421268/

Тема 1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания



Источник: https://ppt-online.org/90858

Источник: https://obrazovanie-gid.ru/dokumentaciya/tehnika-bezopasnosti-na-predpriyatii-obschestvennogo-pitaniya-kratko.html

Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия

Источник: https://asout.ru/klassifikatsiya-opasnyih-i-vrednyih-proizvodstvennyih-faktorov

Источник: https://www.59fbuz.ru/press-center/news/profilaktika-professionalnykh-zabolevaniy/

Тема 2.2 Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте

Источник: https://press-tige.ru/koap/2189-prichiny-neschastnykh-sluchaev-na-proizvodstve-ili-kto-vinovat.html

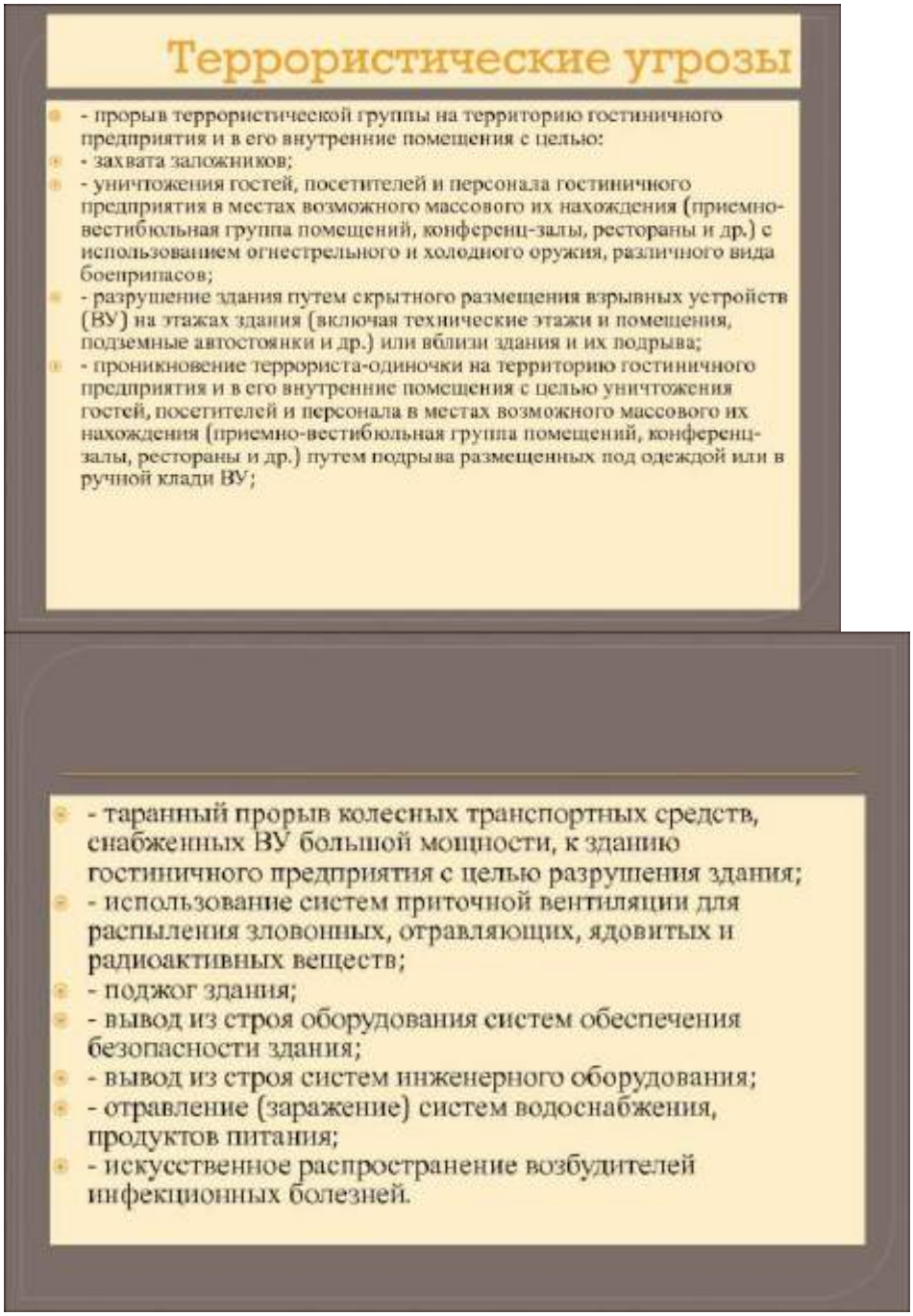
Источник: https://www.business.ru/article/1412-rassledovanie-i-uchet-neschastnyh-sluchaev-na-proizvodstve

Источник: https://www.ohrana-trud.ru/blog/rassledovanie-neschastnogo-sluchaya-na-proizvodstve-poryadok-dejstvij-sozdanie-komissii-sroki-i-osobennosti-proczedury/

Раздел 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: https://aleksraion.ru/bezopasnost/profilaktika-terrorizma-i-ekstremizma/



Источник: https://thepresentation.ru/obzh/industriya-gostepriimstva-obespechenie-bezopasnosti-gostinits

Тема 3.2. Пожарная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: https://pandia.ru/text/78/045/215.php

Тема 4.1. Финансовая безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Источник: http://omb-biz.tomsk.ru/trending/476/kak-obespechit-antiterroristicheskuyu-zashchishchennost-gostinic-i-inyh-sredstv-razmeshcheniya/

Источник: https://ozlib.com/1017127/ekonomika/sistema_kompleksnoy_bezopasnosti_turistskoy_organizatsii_sostavlyayuschie

Тема 4.2. Информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			
4.			

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы кросс-культурных коммуникаций	

Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Кросс-культурные коммуникации: современные тенденции и актуальные проблемы	Необходимость изучения кросс-культурных коммуникаций в современном мире. Предмет, цели, задачи теории и практики кросс-культурных коммуникаций. Теоретико-методологические подходы и парадигмы изучения межкультурной коммуникации. Структура коммуникации. Теоретические модели межкультурных коммуникаций. Виды и формы коммуникаций. Уровни и характер межкультурных коммуникаций. Культура – базовое понятие теории межкультурной коммуникации. Компоненты культуры. Функции культуры. Проблема понимания в межкультурной коммуникации. Основные направления и актуальные проблемы теории и практики кросс-культурных коммуникаций. Кросс-культурные коммуникации в системе управленческих наук. Взаимодействие культур в контексте интернационализации и глобализации. Управление культурными различиями. Специфика профессиональной деятельности и подготовки специалистов в области международного и национального туризма, работающих в ситуациях межкультурного взаимодействия. Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур.

Тема 1.2. Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций	Разнообразие критериев типологии культур. Этно-специфические черты культур. Фактор национальной культуры в индустрии туризма и гостеприимства. Фактор религии в индустрии туризма и гостеприимства. Определение ключевых сфер проявления культурных и религиозных особенностей рынков, влияющих на туристский сервис и требующих изучения межкультурных коммуникаций. Культура и цивилизация. Современные цивилизации (С. Хантингтон). От столкновения к диалогу цивилизаций. Культурные кластеры стран. Культурные универсалии и системы ценностей в зависимости от национальной принадлежности и типа личности (Д. Мэрдок, Дж. Рокич, Р. Ингилхард). Система ценностей как детерминанта поведения. Верования и ценностные ориентации как основа кросс-культурных сопоставлений (С. Иошимури, У. Нойман). Теория Э. Холла о высоко- и низко-контекстуальных культурах. Классификация культур по Г. Хофстеде. Понятия «Индивидуализмколлективизм», «Дистанция власти», «Избегание неопределенности», «Маскулинность-Феминность» в современном контексте типологии культур. Культурные контрасты в системах ценностей наций (на примере американской, японской и арабской культур). Параметры воздействия на деловую культуру: факторы бизнес-окружения (системный подход по Дж. Миллеру) и национально-этнический фактор в деловых культурах. Подход Хампден – Турнера – Тромпенаарса, Модель Лефевра в сравнительном менеджменте. Концепция Дж. Бермана. Теория внутреннего содержания личности (кластерное деление в зависимости от исповедуемых ценностей) Г.В. Оллпорта, П.Е. Вернона и К. Линдзи. Анализ международной бизнес-среды в соответствии с моделью Т.Н. Глэдвина и В. Терпстра. Факторы, воздействующие на формирование национальной культуры. Социальные ориентации и их влияние на различие национальных культур (Г.Лейн, Дж.Дистефано). Базовые критерии межкультурных различий (Г.Хофстеде, Ф.Тромпенарс). Проблемы и возможности синергии национальных культур (теория «Z» по У.Оучи). Культурный профиль отдельных стран. Критериальная база

	международных сопоставлений.
РАЗДЕЛ 2. Межкультурные различия	
Тема 2.1. Проблема культурных различий и этноцентризм	Понятие «идентичность» и ее виды. Этно-культурные проблемы идентификации личности в современном обществе. Социализация и инкультурация как составляющие процесса вхождения человека в мир культуры. Формы межкультурных взаимодействий. Аккультурация. Культурная экспансия. Культурная диффузия. Культурный конфликт. Проблема «чужеродности» культуры. Культурные различия между народами. Индекс культурных различий. Модели освоения чужой культуры М. Беннета. Культурный шок в процессе освоения иностранной культуры. Фазы кросскультурного шока. Способы его преодоления. Явление этноцентризма в прошлом и настоящем. Понятия национализма, патриотизма, ксенофобии. Декларация принципов толерантности ЮНЕСКО. Основные рекомендации ЮНВТО по кросс-культурному менеджменту и коммуникациям. Понятие «коммуникативный барьер». Основные виды коммуникативных барьеров. Коммуникативные стратегии. Этнокультурные стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации. Проблема преодоления стереотипов. Эффективное межкультурное общение и факторы, способствующие ее достижению. Понятие межкультурной компетентности. Межкультурный тренинг и его виды. Методы и технологии поликультурного образования.

Тема 2.2. Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации	Язык как универсальное средство общения. Основные функции языка. Связь языка, мышления и культуры. Мир языка как отражение материальной и духовной стороны мира народа (география, образ жизни, быт, мораль, менталитет, национальный характер и пр.). Язык как основное средство межкультурного общения. Перевод и интерпретация. Понятие о «фоновых знаниях». Вербальные особенности коммуникации в различных странах. Роль хорошо эрудированного понимания национальной концептосферы для достижения максимальной эффективности кросс-культурной коммуникации. Английская концептосфера как система ментальных концептов. Межкультурные особенности невербальной коммуникации. Основные виды невербальной коммуникации. Хронемика в деловых культурах. Жесты в культуре разных народов. Значение и роль жестов в межкультурной коммуникации. Национальная символика разных народов. Государственная символика. Условия эффективной вербальной и невербальной межкультурной коммуникации. Специфические аспекты кросс-культурных коммуникаций в гастрономическом / деловом / медицинском и лечебном / экологическом и природном / религиозном / спортивном и активном / экстремальном / образовательном / круизном / этническом и этнографическом туризме.
РАЗДЕЛ 3. Научно-практические и методические аспекты взаимодействия национальных и корпоративных культур	

Тема 3.1. Особенности делового общения и этикета в различных культурах	Роль национальной культуры, истории и других составляющих в формировании характерных черт бизнеса в стране и организациях. Характерные черты, определяющие специфику национальной школы менеджмента. Культурные особенности национальной модели менеджмента. Особенности и приоритеты в подготовке менеджеров для различных иерархических уровней в США, Японии, Китае, Южной Корее, Европе, России. Фактор доверия в специфике культур и менталитетов народов мира. Страны с высокой и низкой дистанцией власти. Страны с высокой и низкой степенью избегания неопределенности. Этический менеджмент. Национальные модели корпоративной социальной ответственности.Формирование глобальной бизнес-культуры. Плюсы и минусы экономической и культурной глобализации, отрицательных тенденций, связанных с формированием глобальной бизнес-культуры. Национальные особенности бизнес-протокола и этикета. Международный этикет: нормы и правила. Национальная специфика дресс-кода регионов и культур мира. Деловая переписка и особенности профессиональной риторики с учетом национальных особенностей. Национально-специфичные коммуникационные стили и организационные принципы. Аспекты ориентации на культуру и менталитет иностранных партнеров и взаимодействия национальных культур в бизнесе. Роль традиций, религии, личной репутации и т.п. в отношениях с иностранными партнерами.

Тема 3.2. Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте	Стратегия, структура и культура организации. Национальная и корпоративная культуры: взаимообусловленность и взаимодействие. Классификационные критерии корпоративных культур. Эгалитарные и иерархические культуры. Модели корпоративных культур, их характерные особенности и сравнительный анализ. Уровень, тип экономического развития и модель корпоративной культуры: проблемы востребованности и соответствия. Организационная культура компаний и организаций в контексте налаживания эффективных кросс-культурных коммуникаций. Параметры деловой культуры: отношение к времени, отношение к природе, межличностные отношения, отношение к информации, отношение к власти. Принципы эволюционного подхода Т. Парсона и Э. Шиллза. Значимость труда в различных бизнес-культурах. Факторы, влияющие на отношение к труду, национальные особенности. Межкультурные сопоставления моделей мотивации в различных странах. Мотивация культурноразнородного персонала. Характеристики национальных стилей лидерства. Западный и восточный варианты организации власти. Различия в представлениях о статусе и лидерстве. Факторы, воздействующие на эффективность лидерства в различных культурах. Культурная чувствительность и кросс-культурная компетентность.
РАЗДЕЛ 4. Межкультурные коммуникации в туризме и гостеприимстве	

Тема 4.1. Подготовка персонала индустрии туризма к работе в кросскультурной среде	Тимбилдинг на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства с учетом кросс-культурных факторов. Коммуникационный разрыв между представителями разных культур. Этноцентризм. Кросс-культурный шок и типичные ошибки профессионального общения в кросс-культурный среде. Удовлетворение достижениями с учетом национального фактора сотрудников. Особенности распределения полномочий в кросс-культурной среде. Современный подход к управлению культурными различиями. Эффективная мультикультурная команда: создание и управление. Влияние конструктивизма. Модель межкультурного управления ДиСтефано «MBI». «Картирование». «Наведение мостов». «Интеграция». Когнитивный подход в кросс-культурном менеджменте. Модель Н. Холдена. Модель «Третьей культуры». Создание «третьей культуры» и управление культурными различиями. «Управление разнообразием» (Б. Экелунд). Групповая динамика на примере восточного и западного подходов. Потенциал и целесообразность внедрения кросс-культурных тренингов в международных компаниях и мультикультурных компаниях. Обучение мультикультурной группы. Успешные продажи и переговоры с учетом культурных (национальных, региональных и этноконфессиональных) различий. Культурные стили конфликта. Методика их измерения М. Хаммера. Особенности разрешения конфликтов в различных культурах.

Тема 4.2. Специфика кросс-культурных коммуникаций в индустрии туризма	Особенности организации кросс-культурных коммуникаций в рамках экскурсионного обслуживания. Обязанности и параметры эффективности гидаэкскурсовода и гида-переводчика. Содержание основных принципов составления инструкций, путеводителей, карт, разговорников. Туристский инструктаж. Отражение кросс-культурных аспектов в памятке туриста и информационном листке туриста. Технологии и приемы при консультировании и доведении до сведения туристов и экскурсантов важной информации, касающейся особенностей культуры, нравов, обычаев и норм страны пребывания. Опора на прецедентные феномены культуры иностранных туристов при организации маркетинговых коммуникаций, включая рекламную и выставочную деятельность, приема и обслуживания туристов, в т.ч. экскурсионных услуг, как метод обеспечения воздействия на национальное сознание. Проблемы прагматики, этики и эстетики коммуникации, десять правил для гида-экскурсовода или гида-переводчика, согласно рекомендациям М.Я. Блоха по корпоративному межкультурному общению. Этнокультура и ее артефакты: национальный костюм, национальная кухня, предметы народных ремесел и искусств, стиль и дух национального быта, фольклор и обрядовость. Классификация типов туристов, которые в разной степени стремятся к исторической подлинности объектов и явлений культуры. Историко-культурная обусловленность ландшафта. Перспективы и проблемы разработки и продвижения въездного культурного туризма в России с точки зрения основных аспектов кросс-культурных коммуникаций.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в

процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы кросс-культурных коммуникаций

Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Кросс-культурные коммуникации: современные тенденции и актуальные проблемы

Вопросы для самоподготовки:

1 Кросс-культурные коммуникации как учебная дисциплина: его предмет, объект и задачи. Необходимость изучения.
2 Основные направления и актуальные проблемы кросс-культурного менеджмента.
3 Кросс-культурный шок и способы его преодоления.
4 Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур.

Тема 1.2. Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций

Вопросы для самоподготовки:

1 Понятие деловой культуры, ее элементы и уровни.
2 Системы ценностей в национальных культурах.
3 Верования как основа кросс-культурных сопоставлений.
4 Параметры воздействия на деловую культуру: факторы бизнес-окружения

РАЗДЕЛ 2. Межкультурные различия

Тема 2.1. Проблема культурных различий и этноцентризм

Вопросы для самоподготовки:
1 Культурные различия и этика
2 Этническая стереотипизация. Явление этноцентризма.
3 Переменные национальной культуры и их сравнительный анализ в деловых культурах различных стран.
4 Базовые критерии межкультурных различий по Г. Хофштеде.

Тема 2.2. Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации

Вопросы для самоподготовки:
1 Теория «Z» по У.Оучи.
2 Базовые критерии межкультурных различий по Ф. Тромпенарсу.
3 Культурный профиль страны.
4 Учет национальных стереотипов в деятельности международного менеджера.

РАЗДЕЛ 3. Научно-практические и методические аспекты взаимодействия национальных и корпоративных культур

Тема 3.1. Особенности делового общения и этикета в различных культурах
Вопросы для самоподготовки:
1 Высоко- и низкоконтекстуальные культуры.
2 Вербальные и невербальные коммуникации и их особенности в различных странах.
3 Условия эффективной межкультурной коммуникации.
4 Влияние культуры на процесс переговоров

Тема 3.2. Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте

Вопросы для самоподготовки:
1 Модели ведения переговоров.
2 Национальная и корпоративная культуры: взаимообусловленность и взаимодействие.
3 Классификационные критерии корпоративных культур.
4 Сравнительный анализ моделей корпоративных культур.

РАЗДЕЛ 4. Межкультурные коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 4.1. Подготовка персонала индустрии туризма к работе в кросс-культурной среде

Вопросы для самоподготовки:
1 Значимость труда в различных бизнес-культурах.
2 Факторы, влияющие на отношение к труду, национальные особенности.
3 Межкультурные сопоставления моделей мотивации в различных странах.
4 Национальные модели лидерства.

Тема 4.2. Специфика кросс-культурных коммуникаций в индустрии туризма
Вопросы для самоподготовки:
1 Различия в представлениях о статусе и лидерстве.
2 Факторы, воздействующие на эффективность лидерства в различных культурах.
3 Межгосударственные различия в управлении человеческими ресурсами: классификация проблем.
4 Влияние различий между странами на управление человеческими ресурсами.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)[1]

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы кросс-культурных коммуникаций

Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Кросс-культурные коммуникации: современные тенденции и актуальные проблемы

https://ppt-online.org/550825

http://images.myshared.ru/9/920455/slide_3.jpg

1 Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).

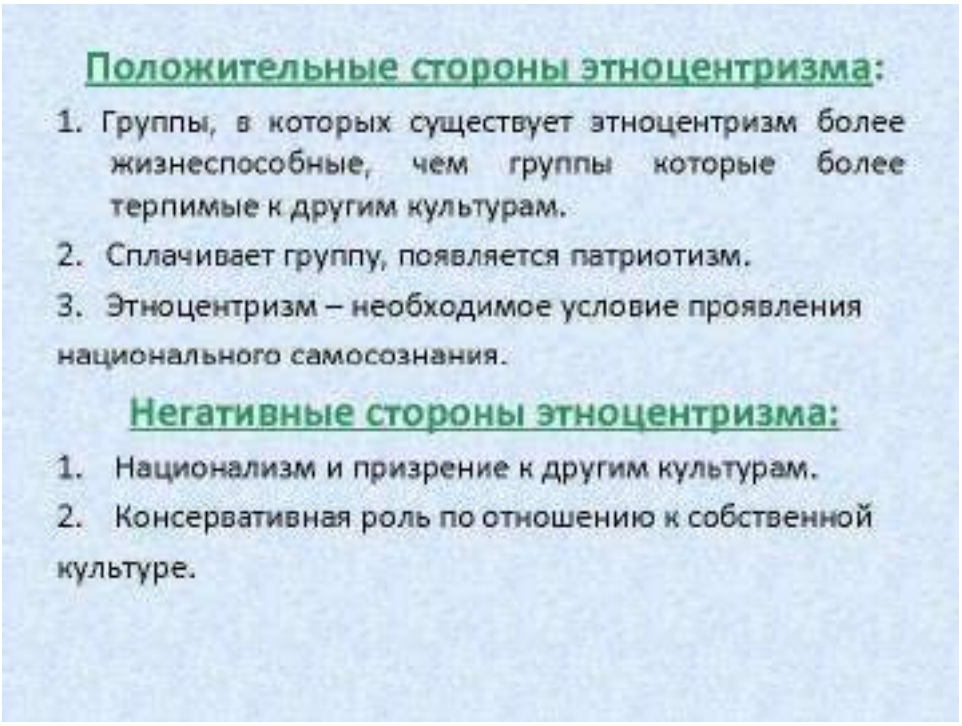
Тема 1.2. Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций

https://present5.com/presentation/3/18040664_126263587.pdf-img/18040664_126263587.pdf-75.jpg

https://skazka-arkhyz.ru/wp-content/uploads/2/7/8/27833f6e7d1a48693c59899a64e6c748.jpeg

РАЗДЕЛ 2. Межкультурные различия

Тема 2.1. Проблема культурных различий и этноцентризм



https://present5.com/presentation/3/189558199_173249277.pdf-img/189558199_173249277.pdf-12.jpg

https://vuzopedia.ru/storage/app/uploads/public/638/7d3/1cd/6387d31cde0dd926494641.jpg

Тема 2.2. Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации

https://origin-style.ru/800/600/http/images.myshared.ru/66/1357143/slide_3.jpg

https://cspsid-pechatniki.ru/800/600/http/cf.ppt-online.org/files/slide/z/Z3tJ8K16lE4BFMmxka2PoqLOQXI0jWY5w79rCS/slide-27.jpg

РАЗДЕЛ 3. Научно-практические и методические аспекты взаимодействия национальных и корпоративных культур

Тема 3.1. Особенности делового общения и этикета в различных культурах

https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/s/Sx7K3Nneq6PWmaklR8zc2YL0UpIJtgjuwBG5ys/slide-1.jpg

https://tacon.ru/wp-content/uploads/1/a/e/1ae6ff3becf925189082b38089d04a6d.jpeg

Тема 3.2. Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте

https://cf.ppt-online.org/files1/slide/3/3t8WJRLqSVvam4F2wBgIybr6xoDjnUuY0OQCMKX9pG/slide-5.jpg

https://present5.com/presentation/1/29928332_301261021.pdf-img/29928332_301261021.pdf-4.jpg

РАЗДЕЛ 4. Межкультурные коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 4.1. Подготовка персонала индустрии туризма к работе в кросс-культурной среде

https://konspekta.net/studopedianet/baza16/9107571762617.files/image002.png

https://cf3.ppt-online.org/files3/slide/d/dziYcW4XaqUrDRjs3nSPLE1x8oyMQbFIl6w9VZ/slide-44.jpg

Тема 4.2. Специфика кросс-культурных коммуникаций в индустрии туризма

https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/none/path/s5e919b38199f3cbc/image/iafaf3a7ef910b8b3/version/1399987386/image.png

https://myslide.ru/documents_7/f6d6df02e585e0ed99ccf4534b9f3b99/img1.jpg

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику,

следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа,

которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по27 содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
   - наименование факультета;
   - тема презентации;
   - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
   - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
   - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению

их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 1. Теоретические основы кросс-культурных коммуникаций

Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Кросс-культурные коммуникации: современные тенденции и актуальные проблемы

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предмет, цели, задачи теории и практики кросс-культурных коммуникаций.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Виды и формы коммуникаций.	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Специфика профессиональной деятельности и подготовки специалистов в области международного и национального туризма, работающих в ситуациях межкультурного взаимодействия.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Теоретические модели межкультурных коммуникаций.	Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Даже в отдаленные исторические эпохи полная этническая изоляция, или самоизоляция, была практически невозможна. В весьма редких случаях по причине труднопреодолимых природных барьеров — цепей высочайших гор, широких рек, обширных сильно заболоченных пространств, морских проливов с быстрым течением — могла иметь место лишь относительная изоляция от внешнего мира, эпизодически нарушавшаяся случайными контактами с представителями иноплеменных групп. Феномен этничности непременно предполагает *межэтническое взаимодействие.*

Одним из ярких феноменов современности можно с полным основанием признать явление интернационализации практически всех сторон общественной жизни. Ключевую роль в этом процессе призваны сыграть мировые города (интерполисы) — полюса рубежной коммуникативности многомерного пространства или международные центры-метрополии с

присущими им функциями глобальной экономики и общества. Высокий динамизм экономической и политической жизни в сочетании с постоянно усиливающимися культурными связями с зарубежными странами, в первую очередь с подобными интерполисами, объективно способствует неуклонному росту разрыва в образе жизни жителей мирового города в сравнении с их соотечественниками, населяющими внутригосударственную периферию. В обозримой перспективе это приведет к формированию еще более ощутимых различий в этнокультурной сфере. Процессы глобализации и регионализации объективно способствуют прогрессирующему сближению между различными народами, стиранию прежде весьма выраженных межэтнических барьеров, в том числе между этносами, исходно разделенными большой культурной дистанцией. Под кросскультурными коммуникациями принято понимать обмен продуктами духовной и материальной культуры между двумя и несколькими этническими общностями.

Среди множества причин, определяющих важные параметры кросскультурного взаимодействия, особого внимания заслуживают социальные, культурные, исторические, ситуационные, политические и ментальные факторы. В частности, воздействие социальной структуры наиболее заметно проявляется в таких аспектах, как степень и глубина социально-этнической стратификации, зависимость социально-профессиональной мобильности от этнической принадлежности. В целом ряде случаев отчетливое соответствие социальной стратификации этнической структуре общества есть результат сложившейся в историческом прошлом и закрепленной политическими институтами, системой образования, практикой экономической жизни дискриминации одних в интересах других этнических групп, точнее, в интересах элит из числа доминирующих этнических общностей. Так, несмотря на почти полувековую историю политической независимости, Ямайка и поныне не избавилась от тяжелого наследия колониального прошлого.

Не в последнюю очередь содержание и направленность кросс - культурного взаимодействия определяются степенью информированности о культурной специфике участников этого процесса. Во многих случаях осведомленность об этических нормах, принятых в иной этнокультурной среде, заметно повышает шансы на успешный кросс - культурный диалог. Важной предпосылкой к позитивному межэтническому взаимодействию выступает *аккультурация — процесс усвоения культурных норм, или шире, — ознакомление с иноэтничным культурным комплексом, но без смены этнического самосознания.* Было бы чрезмерным упрощением трактовать аккультурацию как исключительно односторонний процесс. В действительности даже при условии диспозиции «культуртрегер (передатчик культурных достижений) — акцептор инноваций» последний оказывает некоторое культурное влияние на носителя более зрелого культурного комплекса. Сходство норм традиционной и современной культуры служит весомым стимулом к установлению позитивных кросскультурных отношений.

Взаимодействие с аудиторией:

1. Кросс-культурные коммуникации как учебная дисциплина: его предмет, объект и задачи, необходимость изучения.
2. Теоретико-методологические подходы и парадигмы изучения межкультурной коммуникации.
3. Основные направления и актуальные проблемы кросс-культурного менеджмента.
4. Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур.

1. Учебная дисциплина. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 1. Теоретические основы кросс-культурных коммуникаций

Тема 1.2. Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разнообразие критериев типологии культур.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Этно-специфические черты культур.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Фактор национальной культуры в индустрии туризма и гостеприимства.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Фактор религии в индустрии туризма и гостеприимства.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В 1965 году Хофстеде основал научно-исследовательский отдел IBM (который он возглавлял до 1971 года). В период с 1967 по 1973 года, он провел большое исследование особенностей национальных ценностей и различий между странами по всему миру. Он сравнил ответы на один и тот же опрос 117 тысяч сотрудников IBM из разных стран. Вначале он сосредоточил свои исследования на 40 крупнейших странах, а затем расширил список до 50 стран и 3 регионов (в то время, вероятно, это была международная база данных с самой большой выборкой). Ответы оценивались по пятибалльной шкале, затем вычислялась средняя оценка. На основе средней величины по каждому показателю вычислялся свой индекс: из средней величины вычиталось число 3, полученный результат умножался на 25 и к нему добавлялось число 50, то есть ответы переводились из пятибалльной шкалы в стобалльную. Данные по СССР были вычислены не по стандартному методу, а на основе косвенных статистических данных. Позже список стран был расширен до 70. Теория была одной из первых количественных теорий, которые могут быть использованы для объяснения наблюдаемых различий между культурами. Этот первоначальный анализ выявил систематические различия в культурах разных национальностей, которые были классифицированы по четырём основным параметрам: дистанция от власти (PDI), индивидуализм (IDV), избегание неопределенности (UAI) и ориентация (MAS), которые описаны ниже. Как Хофстеде объясняет на своем академическом сайте, эти измерения рассматривают «четыре антропологические проблемные области, с которыми различные общества работают по-разному: способы борьбы с неравенством, способы справиться с неопределённостью, отношения индивида с её или его основной группой, и эмоциональные

последствия у родившихся девочкой или мальчиком». Исследования были опубликованы в двух работах Хофстеде — «Последствия культуры» (1980) и «Измерения национальных культур в пятидесяти странах и трёх регионах» (1983). В 1984 году он опубликовал книгу «Значение культуры», которая сочетает в себе статистический анализ из обзорного исследования с его личным опытом. Для того, чтобы подтвердить предварительные результаты исследования IBM и распространить их на различные популяции, в период с 1990 по 2002 годы было успешно проведено шесть последующих кросс-национальных исследований. Они охватывали от 14 до 28 стран, среди опрашиваемых были пилоты коммерческих авиалиний, студенты, руководители государственных служб, потребители «рынка» и представители «элиты». Объединённые исследования установили оценочные значения по четырём измерениям в общей сложности в 76 странах и регионах. В 1991 году Майкл Харрис Бонд (англ. Michael Harris Bond) и его коллеги провели исследование среди студентов в 23 странах, используя инструмент, разработанный вместе с китайскими работниками и менеджерами. Результаты этого исследования показали Хофстеде, что необходимо добавить новое пятое измерение к модели: долгосрочная ориентация (LTO), первоначально названная «конфуцианский динамизм». С учетом новых исследований Хофстед разработал новый вариант своей методологии - "Модуль исследования ценностей 1994" (Value Survey Module 1994 - VSM 94), краткую анкету из 20 основных вопросов (по четыре на каждый из пяти культурных показателей). Именно она в основном использовалась последователями Хофстеда. Совсем недавно появилась новая версия методики - "Модуль исследования ценностей 2008" (VSM 08). В 2010 году в обследование были включены 93 страны — благодаря тому, что Майкл Минков (англ. Michael Minkov[2]) использовал методику Хофстеде в рамках World Values Survey. В ходе исследований были уточнены некоторые из первоначальных значений и проведено различие между данными по странам и индивидуальными данными. Это исследование также помогло Хофстеде идентифицировать шестое последнее измерение — допущение.

В Хофстедовой методике рассчитывались индексы пяти ментальных ценностей:

· индивидуализм;

· дистанция власти;

· избегание неопределенности;

· маскулинность;

· долгосрочная ориентация (первоначально этот показатель называли "конфуцианским динамизмом").

Каждая из исследованных по Хофстедовой методике страна получает числовые оценки по этим пяти измерениям, которые варьируются обычно в интервале от 0 до 100. В таблице показаны Хофстедовы индексы по некоторым странам; общее число стран, изученных по его методике, сейчас составляет порядка 60.

Индивидуализм (IDV) - это показатель того, что предпочитают люди - заботиться только о себе и собственных семьях, либо объединяться в некие группы, которые несут ответственность за человека в обмен на его лояльность группе. Индивидуалистической может быть названа культура, в которой индивидуальные цели ее членов не менее важны, чем групповые, а связи между отдельными личностями не обременены жесткими обязательствами действовать совместно. Ячейкой индивидуалистических культур выступает нуклеарная семья, в которой детей приучают быть самостоятельными, полагаться на свои силы. Коллективистская культура, наоборот, характеризуется тем, что в ней групповые цели превалируют над индивидуальными. Здесь люди проявляют изначальную заинтересованность в сплоченных группах. Лояльность к группе - одна из важнейших ценностей; прямое противостояние не приветствуется, так как нарушает общую гармонию.

Дистанция власти (PDI - Power Distance), или дистанция по отношению к власти, - это параметр, описывающий готовность людей принимать неравномерность распределения власти в институтах и организациях. В культурах с высокой дистанцией власти власть рассматривается как наиболее важная часть жизни. Акцент делается на принудительную

власть, а подчиненные и руководители находятся на двух разных ее полюсах, что воспринимается как естественный порядок вещей. Соответственно в обществе принято демонстрировать уважение и проявлять послушание в отношениях с вышестоящими на иерархической лестнице. Критика, конфронтация и неподчинение не поощряются. В культурах с низкой дистанцией власти преобладает мнение, что основная определяющая власти - это ее компетентность. Следовательно, и отношения между членами сообщества строятся на уважении к личности и равенстве, а неравенство в отношениях "начальник-подчиненный" не будет одобряться. Здесь каждый может свободно высказывать свое мнение вне зависимости от того, является ли оно критическим или нет и совпадает ли оно с мнением власть предержащих. Результатом таких довольно близких взаимоотношений становится меньшая формализованность взаимосвязей.

Избегание неопределенности (UAI - Uncertainty Avoidance) - показатель того, насколько люди терпимы к неопределенным ситуациям, пытаются уклониться от них посредством выработки четких правил, веря в абсолютную истину и отказываясь терпеть девиантное поведение. Представители культур с высоким уровнем избегания неопределенности ориентируются на четкие правила. Они отличаются потребностью к формализованным указаниям и нормам поведения, высоким уровнем тревожности, лихорадочностью в работе или "авральностью", склонностью к внутригрупповому согласию, а также низкой толерантностью к людям или группам с отличающимися идеями или поведением. Эти культуры больше сопротивляются любым изменениям и мало склонны к риску. В культурах с низким уровнем избегания неопределенности,напротив, принято толерантное отношение к ситуациям неопределенности. Люди в сложных ситуациях импровизируют и проявляют инициативу, характеризуются большей склонностью к риску. В странах с такой культурой наблюдается негативное отношение к введению строго формализованных правил, поэтому они устанавливаются только в случае большой необходимости. В целом люди здесь считают, что они способны решать проблемы и без детальных формальных правил. Будущее потенциально несет в себе много неопределенностей. Для того чтобы избавиться от страха, люди создают условия, которые обеспечивают им большую защищенность и стабильность (например, технологии помогают управлять природой, правила и законы определяют поведение человека в обществе, а религия – это способ контроля над будущим, которое определяют высшие, сверхъестественные силы). Чувство неопределенности не является исключительно личной характеристикой человека, частично оно разделяется и другими членами общества. Степень, в которой люди стараются справиться с неизвестными аспектами будущего, определяется культурой. Некоторые общества настраивают своих членов на принятие неопределенности, другие – на попытки их контролировать. Как следствие, стиль поведения человека в одном обществе может оказаться неприемлемым в другом. Исследования, проведенные различными учеными, показали, что существуют косвенные показатели степени избегания неопределенности в стране. Например, статистика самоубийств (чем выше степень избегания неопределенности, тем выше показатель смертности); среднее потребление калорий в день (чувство беспокойства вызывает стресс и человек начинает больше есть); количество психических заболеваний (из-за низкого уровня беспокойства человек впадает в уныние и скуку); употребление кофеина (кофе и чай оказывают стимулирующее действие, поэтому их больше употребляют в странах с низким уровнем избегания неопределенности); или скорость вождения (в странах с низким уровнем избегания неопределенности люди не испытывают срочности и неотложности сделать что-то, поэтому и ездят довольно медленно). В культурах с высоким уровнем неопределенности люди отличаются эмоциональностью, агрессивностью и активным образом жизни (примером служит бешеный темп жизни американцев, которые постоянно куда-то торопятся, всегда чем-то занимаются). Представители культуры с низким уровнем неопределенности характеризуются спокойствием, терпимостью, беззаботностью, а также медлительностью и относительной ленью (например, Ямайка, где время течет медленно, и где можно никуда не торопиться).

Взаимодействие с аудиторией

1. Система ценностей как детерминанта поведения. (Д. Мэрдок, Дж. Рокич, Зю Инхлхард, С. Иошимури, У. Нойман).
2. Теория Э. Холла о высоко- и низкоконтекстуальных культурах.
3. Культурные контрасты в системах ценностей наций (на примере американской, японской и арабской культур).
4. Подход Хампден - Турнера – Тромпенаарса, Модель Лефевра в сравнительном менеджменте. Концепция Дж. Бермана.
5. Анализ международной бизнес-среды в соответствии с моделью Т.Н. Глэдвина и В. Терпстра.

1. Учебная дисциплина. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 2. Межкультурные различия

Тема 2.1. Проблема культурных различий и этноцентризм

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие «идентичность» и ее виды.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Этно-культурные проблемы идентификации личности в современном обществе.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Социализация и инкультурация как составляющие процесса вхождения человека в мир культуры.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Формы межкультурных взаимодействий.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В ситуации расхождения или несовпадения каких-либо культурных явлений другой культуры с принятыми в «своей» культуре возникает понятие «чужой». Тот, кто

сталкивается с чужой культурой, переживает много новых чувств и ощущений при взаимодействии с неизвестными и непонятными культурными явлениями. Их гамма довольно широка — от простого удивления до активного негодования и протеста. При контактах с другими культурами большинство людей судят о чужих культурных ценностях, используя в качестве образца и критерия культурные ценности собственного этноса. Такой тип ценностного суждения принято называть этноцентризмом. Этно-центризм представляет собой психологическую установку воспринимать и оценивать другие культуры и поведение их представителей через призму своей культуры. Чаще всего этноцентризм подразумевает, что собственная культура превосходит другие культуры, и в этом случае она расценивается как единственно правильная, превосходящие все другие, которые, таким образом, недо-оцениваются. Все, что отклоняется от норм, обычаев, системы ценностей, привычек, типов поведения собственной культуры, считается низкопробным и классифицируется как неполноценное по отношению к своему. Собственная культура ставится в центр мира и рассматривает себя как меру всех вещей. Так рассматриваемое явление определял американский социолог Джозеф Кемпбелл(1904-1987), впервые исследовавший его. Этноцентристское видение мира имеет глубокие корни в человеческой истории. Еще в античности греки жестко делили все народы на эллинов и варваров. Уже в сочинениях Геродота варвар описывался как чужеродный и отталкивающий, необразованный, неуклюжий, тупой, нелюдимый. Он раболепен, труслив, полон необузданных страстей, своенравен, страшен, жесток, неверен, жаден. Примерно аналогичные оценки давали китайцы гуннам. Для римлян германцы были «мужчинами, у которых общими с людьми были только голоса и размер тела». Результатом этноцентрической реакции (попытки судить о других людях и культурах с позиций исключительно своей культуры) являются стереотипы. Это схематичные и одностороннее суждения, Однако при всем своем примитивизме они культурно специфичны и обусловлены конкретной культурной практикой. Почвой для возникновения стереотипов является столкновение с непонятными явлениями чужой культуры. Основой для этноцентризма также являются предрассудки. Это установка предвзятого и враждебного отношения к чему-либо без достаточных для такого отношения оснований или знания. В нашем случае это установки предвзятого или враждебного отношения к представителям других групп, их культурам и к любым фактам, связанным с их деятельностью, поведением и социальным положением. Главным фактором в возникновении предрассудков является не-равенство или ярко выраженное отличие в социальных, экономических и культурных условиях жизни различных этнических общностей. Эти же факторы определяют и такую распространенную форму предрассудков, как ксенофобия — неприязнь к иностранцам. В связи с этим можно выделить отличия предрассудков и стереотипов. Если стереотипы являются лишь общими схемами мышления, то предрассудки – это достаточно четко сформированные убеждения. Стереотипы могут быть позитивными и быть предпосылкой для благоприятной межкультурной коммуникации. Например, это представления о гостеприимности простых грузин-селян, или скрупулезности и дотошности немцев. В то же время предрассудки всегда имеют негативный характер и однозначно являются барьером для межкультуной коммуникации. Этноцентризм – это явление неоднозначное, однако исходя из сказанного ранее, подавляющее большинство исследователей рассматривает его как деструктивное явление. Одним из проявлений этноценотризма является национализм. Это стремление любыми способами противопоставить свои этнические интересы чужим. По сути, это политизированный этноцентризм, когда формирующаяся или имеющаяся в наличии политическая элита того или иного этноса начинает видеть основной корень проблем в жизни и деятельности другого этноса. Такой комплекс мыслей приводит к тому, что звучат призывы к сепаратизму, к культурному и политическому противостоянию с «виноватым этносом». Чаще всего это происходит в полиэтнических странах или регионах в моменты социокультурных кризисов. Таким образом, этноцентризм – это установка, изначально препятствующая культурной коммуникации и межкультурному диалогу. Вспомним, что диалог – это умение принять точку зрения другого, встав на его место. Об этом

свидетельствует модель освоения чужой культуры М.Беннета. В ней он выделял этноцентристский этап, который он трактовал весьма широко как совокупность средств, препятствующих продуктивной межкультурной коммуникации Он включает множество форм. 1. Отрицание – это невнимание к культурным различиям как таковым. Оно проявляется в двух формах. А) *Изоляция* понимается прежде всего как физическое отделение народов и культур друг от друга. Она очень способствует этноцентризму, ведь если люди не сталкиваются с чужаками, то нет необходимости задумываться о культурных различиях. Примером изоляции может быть и поведение многих туристов за границей, где они ищут сходство со своей культурой и замечают поэтому только знакомые предметы. Так, многие американцы в Японии видят только небоскребы, рестораны «Макдоналдс» и машины. Б) *Сепарация* представляет собой возведение физических или социальных барьеров для создания дистанции от всего, что отличается от собственной культуры. Если на такой изоляции настаивают представители господствующей культуры, это называется *сегрегацией*. Подобные барьеры создаются по расовым, этническим, религиозным, политическим и другим основаниям, разделяющим людей на многочисленные и разнообразные группы. Так, в Америке жители трущоб часто принадлежат к иной расе, и их материальные условия жизни способствуют расовой дискриминации. Либо этнические общности создают анклавы в виде населенных пунктов или городских районов (Чайна-таун, Брайтон бич).

2. Защита – это восприятие культурных различий как угрозу для своего существования и попытка им противостоять. Поскольку существование различий признается как реальный факт, то защита представляет собой шаг вперед в развитии межкультурной чуткости по сравнению с отрицанием. Формы защиты: а) *диффамация* (клевета) — негативная оценка различий, связанная с формированием негативных стереотипов. При этом отрицательные характеристики приписываются каждому члену соответствующей социокультурной группы. Клевета может распространяться на расу, этнос, пол, религию и т.д. Она может проявляться в неявной форме, например, в просьбе на семинаре подтвердить, что какая-то группа действительно является источником неприятностей. Но есть и более серьезные формы клеветы, когда негативные стереотипы пытаются рационально обосновать, доказать неполноценность той или иной группы. Именно так действуют разного рода экстремистские организации.

Б) *Превосходство - это,* подчеркивание своего высокого культурного статуса, причем, прямое отрицание чужой культуры при этом не является обязательной чертой проявления этого чувства. Примерами подобного превосходства могут быть гордость за свою расу, пол и т. п. Однако при этом все чужое воспринимается чаще всего как имеющее более низкий статус. В теоретическом плане примером превосходства может служить классический эволюционизм в этнологии, стоящий на позициях европоцентризма и считающий все другие культуры менее развитыми. В рамках этой же концепции появился и широко использующийся сегодня термин «развивающиеся страны», подразумевающий эталоном развития всех стран прогресс до европейского и американского уровней. *В) Обратное развитие* (полное изменение) не является обязательной стадией межкультурного развития, хотя и встречается довольно часто у лиц, долгое время проживающих за границей. Оно означает очернение своей собственной культуры и признание превосходства другой. Субъективное значение, приписываемое культурному различию, остается тем же самым, просто происходит замена культуры, которая воспринимается как «другая», «отличная».

3. Этап умаления (минимизации) представляет собой последнюю попытку сохранить этноцентристскую позицию. На этом этапе культурные различия открыто признаются и не оцениваются негативно, как это было на стадии защиты. Однако они становятся чем-то тривиальным, естественным. Очевидно, что они существуют, но их определяют как что-то незначительное по сравнению со значительно большим культурным сходством. Считается, что можно стоять на почве единой человеческой сущности и не обращать внимания на различия. Эта позиция иллюстрируется известным золотым правилом — поступай с другими людьми так, как ты бы хотел, чтобы они поступали с тобой. Это правило

подразумевает, что все люди одинаковы. К сожалению, при всей внешней привлекательности такого подхода он также остается этноцентристским, поскольку предполагаемые универсальные характеристики людей берутся из своей культуры и означают: «будь, как я».

Формы умаления: а) *Физический универсализм*, исходящий из того, что все люди независимо от их расовой. этнической или культурной принадлежности имеют общие физические характеристики, которые обеспечивают одинаковые материальные потребности и требуют поведения, понятного любому другому человеку. Логичным следствием из этих посылок будет утверждение, что все культурные различия сводятся к нескольким не очень существенным характеристикам.

Б)Его своеобразным аналогом является *трансцендентный универсализм,* предполагающий, что все люди являются продуктом некоего единого принципа или подхода.

Однако следует отметить, что этноцентризм в какой-то степени ценен тем, что способствует сохранению культурной идентичности, которая сама по себе является ценностью.

Взаимодействие с аудиторией

1. Культурный конфликт как форма межкультурных коммуникаций. Виды культурных конфликтов.
2. Причины культурных конфликтов.
3. Проблема понимания в кросскультурных коммуникациях.
4. Невербальные аспекты кросскультурных коммуникаций.

1. Учебная дисциплина. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 2. Межкультурные различия

Тема 2.2. Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Язык как универсальное средство общения.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Основные функции языка.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Мир языка как отражение материальной и духовной стороны мира народа (география, образ жизни, быт, мораль, менталитет, национальный характер и пр.).	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
4	Связь языка, мышления и культуры. Язык как основное средство межкультурного общения.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Исследования процесса коммуникации показывают, что речевое (вербальное) общение является основным видом человеческой коммуникации, но оно **сопровождается различного рода несловесными действиями**, помогающими понять и осмыслить речевой текст. Эффективность любых коммуникационных контактов определяется не только тем, насколько понятны собеседнику слова или другие элементы вербальной коммуникации, но и умением правильно интерпретировать визуальную информацию, которая передается мимикой, жестами, телодвижениями, темпом и тембром речи. Хотя язык является самым эффективным и продуктивным инструментом человеческого общения, все же это не единственное средство коммуникации. Установлено, что с помощью языка люди передают не более 40% информации своим собеседникам. Остальная информация передается с помощью несловесных средств, которые получили название невербальных.

Дело в том, что **средствами вербальной коммуникации** можно передать только фактические знания, но их оказывается недостаточно для передачи чувств человека. Различного рода чувства, переживания и настроения, не поддающиеся словесному выражению, передаются средствами невербального общения. Сферу невербальной коммуникации составляют все неязыковые сигналы, посылаемые человеком и имеющие коммуникативную ценность. Эти средства объединяют большой круг явлений, включающий не только мимику, жесты, позы тела, тембр голоса, но и различные элементы окружающей среды, одежду, элементы оформления внешности и т.д.

Под невербальной коммуникацией в науке понимается совокупность неязыковых средств, символов и знаков, использующихся для передачи информации и сообщений в процессе общения.

Невербальные способы передачи информации появились в жизни людей раньше, чем вербальные. Первым такую мысль высказал Ч. Дарвин, который считал, что в основе всех невербальных форм общения лежат эмоции человека, которые представляют собой биологические реакции на внешние стимулы.

Невербальная коммуникация является самой древней формой общения людей. Исторически невербальные средства коммуникации развились раньше, чем язык. Они оказались устойчивыми и эффективными в своих первоначальных функциях и не предполагали высокоразвитого человеческого сознания. Кроме того, постепенно проявились их определенные преимущества перед вербальными: они воспринимаются непосредственно и поэтому сильнее воздействуют на адресата, передают тончайшие оттенки отношения, эмоций, оценки, с их помощью можно передавать информацию, которую трудно или по каким-то причинам неудобно выразить словами.

В основе невербальной коммуникации **лежат два источника** - биологический и социальный, врожденный и приобретенный в ходе социального опыта человека.

Установлено, что мимика при выражении эмоций у человека, некоторые жесты, телодвижения являются врожденными и служат сигналами для получения ответной реакции. Об этом говорят эксперименты со слепыми и глухими детьми, у которых не было возможности увидеть, а потом сымитировать чью-то мимику при выражении удовольствия или неудовольствия.

Другим доказательством **биологической природы** невербальной коммуникации является то, что ее элементы с трудом поддаются сознательному контролю: побледнение или покраснение лица, расширение зрачков, искривление губ, частота моргания и др.

Но сигналы эмоций, унаследованные человеком от своих предков, достаточно сильно изменились к настоящему времени и по форме, и по своим функциям.

Социальная обусловленность коммуникации, как считают этологи, присуща не только человеку, но и животным. Они зафиксировали довольно много правил невербального общения у животных и птиц. Но животные обучаются этим правилам только через имитацию, а человек приобретает их и в ходе процессов инкультурации и социализации.

Двойная природа невербальной коммуникации объясняет наличие универсальных, понятных всем знаков, а также специфических сигналов, используемых в рамках только одной культуры. **На основе признаков намеренности/ненамеренности невербальной коммуникации выделяют три типа невербальных средств:**

- поведенческие знаки, обусловленные физиологическими реакциями: побледнение или покраснение, а также потоотделение от волнения, дрожь от холода или страха и др.;
- ненамеренные знаки, употребление которых связано с привычками человека (их иногда называют самоадапторами): почесывание носа, качание ногой без причины, покусывание губ и др.;
- собственно коммуникативные знаки - сигналы, передающие информацию об объекте, событии или состоянии.

Когда говорят о невербальной коммуникации, то прежде всего подразумевают дополнительную информацию о человеке, которую дают его внешний вид и выразительные движения. Жесты, мимика, позы, одежда, прическа, окружающие предметы, привычные действия - все они представляют собой определенный вид сообщений. «Прочтение» этих элементов поведения собеседника способствует достижению более высокой степени взаимопонимания. Внимательное отношение к информационным источникам такого рода в ходе любого коммуникационного акта позволяет получить сведения о морально-личностном потенциале партнера, его внутреннем мире, настроении, чувствах и переживаниях, намерениях и ожиданиях, степени решительности или отсутствии таковой.

По своей сути невербальная коммуникация представляет собой **обмен невербальными сообщениями** между людьми в процессе их общения, at также их понимание и интерпретацию, которая возможна потому, что за всеми невербальными проявлениями человеческого поведения закреплено определенное значение, понятное окружающим. Ядро невербальной коммуникации составляют самые разнообразные движения, которые вызываются психическими состояниями человека, его отношением к партнеру, обстоятельствами взаимодействия. Благодаря качественному разнообразию этих средств и условий общения человек может передавать и получать самую обширную информацию о личности коммуникатора - о его темпераменте, эмоциональном состоянии в момент коммуникации, социальном статусе и т.д. Кроме того, через невербальные средства можно узнать об отношении коммуникантов друг к другу, их близости или отдаленности, типе их отношений, а также динамике взаимоотношений.

Специфические формы и способы невербальных средств общения позволяют сделать вывод о существенных отличиях вербального и невербального типов коммуникации. Невербальные сообщения всегда ситуативны, по ним можно понять нынешнее состояние участников коммуникации, но нельзя получить информацию об отсутствующих предметах или происшедших в других местах событиях, что можно сделать с помощью вербального общения. Невербальные сообщения синтетичны по своей структуре, их с трудом можно разложить на отдельные составляющие. В отличие от них вербальные элементы коммуникации (слова, предложения, фразы) всегда четко отделены друг от друга. наконец, невербальные сообщения обычно непроизвольны и спонтанны по своей природе: невербальное поведение практически не поддается сознательному контролю. Поэтому в42 реальной практике коммуникации очень часто возникают ошибки в интерпретации каких-либо невербальных действий. Люди используют невербальное общение для того, чтобы полнее, точнее и понятнее выразить свои мысли, чувства, эмоции. Эта цель является общей

для всех культур, но в разных культурах «слова» невербального языка имеют разное значение, им придается различный смысл. Так, покачивание головой из стороны в сторону для русского человека означает «нет», в то время как для болгарина это значит «да». Невербальные послания в чем-то аналогичны устной и письменной речи, поскольку любое слово, поза или жест имеют соответствующие данной культуре значения. Правда, в отличие от слова многим невербальным знакам можно легко придать альтернативный смысл. Обычно в общении люди добиваются точного понимания невербального языка, когда связывают его с конкретной ситуацией, социальным положением и культурным уровнем собеседника. Несмотря на двойственный характер **невербальные знаки включают в себя** довольно большой объем разносторонней информации о личностных качествах партнеров по коммуникации (их темпераменте, эмоциональном состоянии, социальном статусе, коммуникативной компетенции и т.д.), об отношениях участников коммуникации друг к другу (желаемом уровне общения, типе отношений, динамике взаимоотношений), об отношении к ситуации общения (желание продолжать общение, стремление выйти из коммуникации).

Взаимодействие с аудиторией

1. Коммуникация с помощью органов зрения (окулесика) в различных культурах. Функции окулесики.
2. Коммуникация с помощью органов обоняния (ольфракция) в различных культурах. Восприятие запахов в разных культурах.
3. Пищевая символика в разных культурах. Поведение за столом представителей разных культур.
4. Тактильное поведение представителей разных культур в зависимости от социального положения партнеров, пола, степени знакомства, отношения участников коммуникации друг к другу.
5. Язык жестов (кинесика) в кросскультурных коммуникациях. Функции жестов.
6. Язык поз в кросскультурной коммуникации.

1. Учебная дисциплина. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 3. Научно-практические и методические аспекты взаимодействия национальных и корпоративных культур

Тема 3.1. Особенности делового общения и этикета в различных культурах

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Роль национальной культуры, истории и других составляющих в формировании характерных черт бизнеса в стране и организациях.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Характерные черты, определяющие специфику национальной школы менеджмента.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
3	Культурные особенности национальной модели менеджмента. Фактор доверия в специфике культур и менталитетов народов мира.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Особенности и приоритеты в подготовке менеджеров для различных иерархических уровней в США, Японии, Китае, Южной Корее, Европе, России.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Деловое международное общение предусматривает необходимость понимания и учета особенностей характера и отличительных черт поведения народов, представителей разных стран. В последние годы многие предприятия и организации имеют непосредственный выход на внешний рынок, для них открыты новые возможности для налаживания прямых, торговых, экономических и производственных связей с организациями и фирмами разных стран, а также широких контактов в области научных исследований, разработки и передачи новейших технологий и т. п. Знание некоторых национальных и психологических особенностей разных стран поможет вам вести себя в каждой стране сообразно ее правилам и главное – добиться успеха. При налаживании деловых контактов с зарубежными партнерами и поездках за границу следует обязательно ознакомиться с обычаями и этикетом этих стран.

Важно учитывать, где участник переговоров родился, получил образование, живет и работает в настоящее время. Например, японец, проживающий в США и ведущий переговоры от имени американской компании, в определенной мере может сохранить черты, присущие японскому национальному характеру, и это будет влиять на его поведение на переговорах, однако в целом его стиль ведения переговоров будет скорее американским, поскольку на формирование его личности большое влияние оказала та среда, в которой он был воспитан.

Далее вашему вниманию будет предложено описание национальных особенностей переговорных стилей, однако следует помнить, что это вовсе не означает, что именно так будут вести переговоры представители той или иной стороны. По мнению многих авторов это наиболее вероятные особенности ведения переговоров, однако не следует считать их обязательными.

- *Американский стиль ведения переговоров* Американцы оказали значительное влияние на различные стили ведения переговоров во всем мире. Они внесли значительный элемент демократизма и прагматизма в практику делового общения.

Для американцев характерны позитивный настрой, энтузиазм и энергичность, внешнее проявление дружелюбия и открытости. Они предпочитают раскрепощенную, не слишком официальную атмосферу, ценят юмор и хорошо реагируют на него. Как правило, у американцев бывает хорошо проработанная сильная позиция, и это сказывается на манере ведения переговоров. Часто американцы исходят из того, что партнер по переговорам должен руководствоваться теми же критериями, подходами, правилами, что и они. В этой связи им бывает сложно увидеть проблему партнера и понять ее. В результате возможно возникновение непонимания между участниками переговоров.

Американский стиль ведения переговоров отличается достаточно высоким профессионализмом. Они задают много вопросов. Некоторые их вопросы могут показаться элементарными и прямолинейными. Вам также могут задать очень личные вопросы. Многие считают американцев материалистами. «Успех» часто измеряется количеством44 заработанных денег. Американцы энергичны. Это общество отличается высокой активностью, движением, переменами. Американцев раздражает тишина. Они не любят перерывов в беседе. Они лучше поговорят о погоде, чем сделают паузу в разговоре.

Американский стиль ведения переговоров, деловых бесед имеет и «обратную сторону». Считая себя своеобразными «законодателями мод» в технологии делового общения, американцы часто проявляют эгоцентризм, полагая, что партнер должен руководствоваться теми же правилами, что и они сами. В результате представители США могут оцениваться партнерами как слишком напористые, агрессивные, грубые, а их стремление к неформальному общению порой интерпретируется как фамильярность. На этой почве не исключено непонимание, вплоть до конфликтных ситуаций.

Французский стиль ведения переговоров Переговоры с французскими предпринимателями значительно отличаются более медленным темпом, чем, например, с американскими предпринимателями. В отличие от американских бизнесменов французские стараются избегать рискованных финансовых операций. Они не сразу позволяют убедить себя в целесообразности сделанного предложения, предпочитая аргументированно и всесторонне обсудить каждую деталь предстоящей сделки. Они не склонны к торгу и компромиссам, в результате оказывается, что французы достаточно жестко ведут переговоры и, как правило, не имеют «запасной» позиции. Часто представители французской делегации на переговорах выбирают конфронтационный тип взаимодействия. Поведение может кардинальным образом измениться в зависимости от того, с кем они обсуждают проблемы. Французы много внимания уделяют предварительным договоренностям, предпочитают по возможности заранее определить вопросы, которые могут возникнуть в ходе официальной встречи, провести предварительные консультации по ним. Не любят сталкиваться в ходе переговоров с неожиданными изменениями в позициях. При подготовке к переговорам они досконально изучают все аспекты и последствия поступающих предложений. Обычно избегают официальных обсуждений вопросов один на один, стараются сохранить на переговорах свою независимость. В деловой жизни Франции большое значение имеют личные связи и знакомства. Новых партнеров стремятся найти через посредников, связанных дружескими, семейными или финансовыми отношениями. Щепетильные французы обращают внимание на установление деловых контактов на надлежащем иерархическом уровне. Элита делового мира здесь ограничена, новых людей, никому не знакомых, к себе не допускают. Если у вас нет прямого выхода на ответственных руководителей и вы ведете переговоры на менее высоком уровне, следует дождаться, пока ваше предложение дойдет до соответствующего управленческого звена и будет выработано решение, – здесь решения принимаются ограниченным числом лиц высокого ранга. Немаловажным фактором при проведении переговоров и во время деловых встреч с ними становится использование французского языка в качестве официального. Материалы для обсуждения на переговорах желательно готовить на французском языке. Французы болезненно реагируют на использование английского или немецкого языков в деловом общении с ними, полагая, что это ущемляет чувство их национального достоинства. В целом же, говоря о французском национальном характере и стиле делового общения, нельзя не подчеркнуть разнообразие поведения, образа мышления и восприятия французов. Французы вежливы, учтивы, скептичны и расчетливы, эмоциональны и находчивы, склонны к непринужденному общению. Иногда во время разговора перебивают собеседника, высказывая критические замечания. Это не должно восприниматься как проявление неуважения, – так у них принято. Требования к внешнему виду делового человека во Франции в основном те же, что и в других европейских странах, но есть одно важное правило: одежда должна быть высокого качества, из натурального материала. Исключите из вашего гардероба все синтетическое.

Немецкий стиль ведения переговоров Если вы сомневаетесь в том, что сможете соблюсти все условия и сроки договоренностей с немецкими коллегами, лучше заранее отказаться от своих предложений. Так как немцы очень аккуратны и щепетильны, отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью,45 рациональностью, организованностью, педантичностью, скептичностью, серьезностью, расчетливостью, стремлением к упорядоченности, пунктуальность и строгая регламентация сказываются везде.

Для немцев более вероятно вступление в те переговоры, в которых они с достаточной очевидностью видят возможность найти решения.

Они очень тщательно прорабатывают свою позицию, на самих переговорах любят обсуждать вопросы последовательно, один за другим.

Немцы умеют вести деловые телефонные разговоры. Они не тратят лишнего времени на то чтобы вступить в разговор. Сам разговор носит сугубо конкретный характер.

Английский стиль ведения переговоров В отличие от немцев англичане в меньшей степени уделяют внимание вопросам подготовки к переговорам, они подходят к ним с большой долей прагматизма, полагая, что в зависимости от позиции партнера на самих переговорах и может быть найдено оптимальное решение. При этом они достаточно гибки и охотно отвечают на инициативу партнера. Особенностью англичан является умение избегать острых углов во время переговоров. Англичане принимают решение медленнее, чем, например, французы. Англичанам присущи такие черты, как сдержанность, склонность к недосказанности, щепетильность, которая заставляет англичан быть замкнутыми и необщительными с незнакомыми людьми, почитание собственности, предприимчивость, деловитость. Нужно учитывать, что умение терпеливо выслушать собеседника, не возражая ему, далеко не всегда означает согласие. Просто англичане считают самообладание главным достоинством человеческого характера. При ведении переговоров иногда возникают паузы, которые интуитивно хочется заполнить. Так вот с английскими партнерами никогда не нужно бояться молчать. Наоборот, грубым поведением считается, когда человек слишком много говорит, т. е. по мнению англичан, силой навязывает себя другим. Бережливость – качество, которое англичане проявляют к деньгам, словам и эмоциям. Они неприязненно относятся к любому открытому выражению чувств.

Итальянский стиль ведения переговоров Практика ведения деловых переговоров отвечает аналогичным нормам большинства европейских стран. Некоторые различия проявляются в поведении представителей крупных и мелких фирм. Последние, как правило, более энергичны и активны на первых этапах установления контактов, стремятся не затягивать решения организационных и формальных вопросов, охотно идут на альтернативные варианты решений. Итальянские бизнесмены придают большое значение тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими примерно равное положение на предприятии, в деловом мире или обществе. Немаловажное значение для представителей деловых кругов имеют неформальные отношения с партнерами, в т. ч. и в неслужебное время. Считается, что неофициальная обстановка способствует сглаживанию возможных противоречий, возможности более свободно высказать критические замечания в адрес партнера, не рискуя вызвать его неудовольствие. Итальянцы экспансивны, горячи, порывисты, отличаются большой общительностью.

Испанский стиль ведения переговоров Стиль ведения переговоров с представителями испанских фирм менее динамичен, чем с американскими. Так же, как и предприниматели других стран, испанские бизнесмены большое значение придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими практически равное положение в деловом мире или обществе. Поскольку испанцы очень любят много говорить, то регламент встреч часто не соблюдается. В Испании любят устраивать деловые встречи за обеденным столом, при этом первым начать переговоры должен организатор встречи. По своему характеру испанцы серьезны, открыты, галантны, человечны, обладают большим чувством юмора и способностью работать в команде.

Шведский стиль ведения переговоров Шведская деловая этика наиболее близка к немецкой, но не столь суха. К ее характерным чертам относятся прилежность, пунктуальность, аккуратность, серьезность, основательность, порядочность и надежность в отношениях.

Уровень квалификации шведских бизнесменов очень высок, поэтому в своих партнерах они особенно ценят профессионализм. Шведы, как правило, владеют несколькими иностранными языками, в первую очередь английским и немецким. Они очень

педантичны, поэтому не называйте вашего партнера по имени до тех пор, пока он сам вам этого не предложит.Шведы придерживаются традиционных взглядов на одежду делового человека, предпочитая классический стиль. Для мужчин это темный, обычно синий в мелкую полоску или серый костюм. Для женщин – более или менее строгий, не очень яркий костюм или не слишком вычурное платье.

Китайский стиль ведения переговоров Стиль ведения переговоров с китайскими партнерами отличается длительностью – от нескольких дней до нескольких месяцев. Это объясняется тем, что китайцы никогда не принимают решений без досконального изучения всех аспектов. Если вы хотите сберечь свое время и сократить сроки проработки вашего предложения, направьте его подробное и конкретное описание за 3–4 недели до командировки.Китайский стиль ведения переговоров четко разграничивает отдельные этапы, первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап. На начальном этапе переговоров большое внимание уделяется внешнему виду партнеров, манере их поведения. Эти показатели служат индикатором для определения статуса каждого из участников переговоров. В значительной степени китайцы ориентируются на людей с более высоким статусом (как официальным, так и неофициальным) и на партнеров, которые выражают симпатии китайской стороне. С помощью таких партнеров китайцы стараются оказать свое влияние на позицию противоположной стороны. Во время деловых встреч китайские участники переговоров очень внимательны к двум вещам: сбору информации относительно предмета обсуждения, а также партнеров по переговорам и формированию «духа дружбы». Причем «дух дружбы» на переговорах для них вообще имеет очень большое значение, что в значительной степени обусловлено китайскими культурными традициями и ценностями и подчеркивается многими авторами. «Дух дружбы» китайцы по сути отождествляют с хорошими личными отношениями партнеров. При этом желательно не забывать, что во время приветствий при обмене рукопожатиями (оно принято в Китае) сначала жмут руку наиболее высокопоставленного лица.

На переговорах с китайской стороной не следует ожидать, что партнер первым «откроет свои карты», т. е. первым выскажет свою точку зрения, первым сделает предложения и т. д. Если переговоры проводятся на китайской территории (кстати, они любят проводить переговоры у себя дома), китайцы могут сослаться на то, что согласно их традициям «гость говорит первым». Китайская сторона делает уступки обычно под конец переговоров, после того как оценит возможности противоположной стороны. Причем в момент, когда кажется, что переговоры зашли в тупик, китайцами вдруг вносятся новые предложения, предполагающие уступки. В результате переговоры возобновляются. Однако ошибки, допущенные партнером в ходе переговоров, умело используются.

В Китае придают важное значение налаживанию неформальных отношений с зарубежными партнерами. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях – не обижайтесь, это искренний интерес к вам. Вас радушно пригласят в гости или в ресторан на обед, где подадут не менее 20 блюд. Если вы не готовы попробовать предлагаемое вам экзотическое блюдо, не отказывайтесь демонстративно. Попытайтесь съесть хотя бы маленький кусочек, а остальное смешайте на тарелке. Подача супа к столу – сигнал того, что обед близится к завершению. Гость встает из-за стола первым.

Японский стиль ведения переговоров В Японии, как и в странах с другими культурными традициями, чаще всего в деловые отношения вступают люди, знающие друг друга. Звонки без предварительной договоренности и письма, посланные без предварительного представления отправителя, не срабатывают. Вы должны организовать представление вашей компании, а затем точно, без отклонений, следовать тщательно разработанной последовательности действий.

В отличие от других стран в Японии письма или телефонного звонка недостаточно47 для того, чтобы получить ответ относительно возможности установления деловых связей. Однако отсутствие ответа вовсе не означает отсутствие заинтересованности, как в большинстве других стран. Дело в том, что существует целый ряд факторов, которые

затрудняют подготовку ответа и т. о. мешают развитию деловых связей с японскими компаниями. Японская компания может не пожелать обсуждать важные вопросы по телефону или путем обмена письменной корреспонденцией, предпочитая личную встречу с потенциальным деловым партнером. Принятие решения о ведении переговоров с иностранной компанией является серьезным шагом для японских компаний, и многие компании скорее всего не захотят делать его прежде, чем получат подробную информацию о предлагаемом деловом проекте. Японские предприниматели часто стремятся получить как можно больше подробной информации и печатных материалов об иностранной компании. Эта информация может включать резюме членов руководства компании, опыт работы компании, финансовую информацию и т. д. Будьте готовы предоставить эту информацию без проволочек по первой просьбе потенциального партнера, чтобы продемонстрировать вашу обязательность и установить отношения доверия.

Помните, что обе стороны должны оказаться в выигрыше в результате переговоров. Проигравших быть не должно. Ваша цель заключается в совместном ведении дел, и не в ваших интересах ставить взаимоотношения с деловым партнером под угрозу.

Переговоры начинаются с обсуждения вопросов, не имеющих никакого отношения к предмету встречи, и лишь через некоторое время японская сторона переходит к официальной теме встречи. Чем серьезнее выдвинутые на повестку дня предложения, тем больше внимания уделяется малозначащим деталям. За этим кроется традиционное стремление создать соответствующую атмосферу переговоров, установить «отношения сотрудничества» для облегчения процесса принятия главного решения, когда все второстепенные вопросы, не вызывающие особых разногласий, будут улажены.

Решения принимаются коллективным консенсусом, и поэтому процесс выработки решения идет медленнее, чем в других странах. Вам следует знать об одной важной особенности японцев. Часто японские бизнесмены предпочитают сначала согласовать весь контракт в целом, а затем прорабатывать детали. На Западе предпочитают согласовывать контракт последовательно, по статьям. Будьте готовы соответствующим образом изменить вашу стратегию. Имейте в виду, что окончательное решение вовсе не обязательно будет принято за столом переговоров. Японская делегация доложит существующие позиции и мнения остальным членам компании, и они примут решение.

Японские организации также более ориентированы на коллективные решения, и полное право принятия решения редко делегируется одному лицу. Хотя высшее руководство компании официально обладает большими полномочиями при принятии решения, руководящие сотрудники нижнего и среднего звеньев играют ключевую роль в практическом осуществлении решений. В японских организациях обычно нет четкого разделения ответственности по различным уровням деятельности компании, и часто области полномочий и влияния могут частично совпадать самым непредсказуемым образом. По этой причине официальная организационная структура и должности могут не соответствовать реальной расстановке сил в процессе принятия решения.

В ходе переговоров с японскими бизнесменами трудно обойтись без возникающих пауз и молчания. Не следует пытаться заполнить паузу самому. Для японцев такая ситуация нормальна, обычно после взаимного молчания беседа становится более плодотворной. Забудьте о тактических проявлениях чувств, особенно раздражения. Японцы приучены контролировать свои эмоции (особенно в деловых вопросах) и будут шокированы грубостью. Терпение и стремление к установлению взаимопонимания даст гораздо лучшие результаты, нежели конфронтационный стиль.

Несмотря на то что обмен рукопожатиями становится все более привычным жестом приветствия в Японии, обмен поклонами остается превалирующей формой официального приветствия, прощания, выражения благодарности или извинений. Однако при встрече с иностранными бизнесменами японцы скорее всего выберут для приветствия рукопожатие или и рукопожатие, и поклоны. Хотя существуют различные типы поклонов и способы их выполнения в зависимости от взаимоотношений между сторонами, от иностранных

бизнесменов никто не ожидает знания всех этих тонкостей, и поэтому в большинстве случаев будет достаточно низко наклонить голову или слегка поклониться. Часто иностранные предприниматели оказываются в затруднении, не зная, как приветствовать японцев – рукопожатием или поклоном. В такой ситуации лучше предоставить инициативу японскому коллеге и последовать его примеру: выберет ли он рукопожатие или поклон.

Корейский стиль ведения переговоров К установлению деловых отношений корейцы подходят иначе, чем в странах Запада. Трудно наладить контакт путем прямого обращения к южнокорейской фирме в письменном виде. Желательна личная встреча, договориться о которой лучше всего через посредника. Ваш посредник, хорошо знакомый с вашими будущими партнерами, представит вашу организацию, расскажет о ваших предложениях, о вашем личном статусе на фирме и т. д. Следует иметь в виду, что в Корее сильна традиционная конфуцианская мораль, согласно которой в межличностных отношениях необходимо учитывать чувства другого, относиться к нему исходя из его социального статуса, уважать его права и быть искренним в своих намерениях. Так же, как и в Японии, высоко ставится личное общение, личный контакт, без которых в Корее невозможно решить ни одной проблемы. Именно поэтому корейцы всегда настаивают на личной встрече, даже в тех случаях, когда с нашей точки зрения достаточно телефонного разговора. Если на просьбу о встрече вы ответите уклончиво, не исключено появление корейцев в вашем офисе без предварительной договоренности, поскольку они могут принять ваш неопределенный ответ за готовность встретиться. Корейцы открытые, общительные, очень вежливые и хорошо воспитанные люди. Поэтому будет уместным помнить, что теплое отношение к вам может и не означать, что вам удалось так уж заинтересовать ваших партнеров своими предложениями. Они просто проявляют вежливость, и вы должны отвечать тем же. Корейские бизнесмены считаются весьма напористыми и агрессивными при ведении переговоров. Традиционное воспитание и мораль не всегда позволяют перейти к проблеме, подлежащей решению. Обычно переговоры, особенно первоначальные, имеют довольно длительную протокольную часть. Однако в отличие от представителей японских компаний корейцы не склонны долго обсуждать второстепенные моменты в стремлении обеспечить плавный переход к главному вопросу. Для корейских бизнесменов характерна ясность и четкость выражения проблем и путей их решения. Корейцы не привыкли открыто выражать несогласие с партнером, доказывать его неправоту (и того же ждут от собеседников). В общении с корейскими бизнесменами не следует употреблять выражения: «Надо подумать», «Предложение нуждается в длительном изучении», «Решить этот вопрос будет не так просто» и тому подобные, поскольку это воспринимается ими не как готовность к длительным усилиям по выяснению возможностей реализации идеи, а как констатация ее неприемлемости на данном этапе. Они не любят заглядывать далеко в будущее, их больше интересует, как правило, непосредственный результат их усилий. Корейцы щепетильны в вопросах одежды: для мужчин это всегда строгий деловой костюм, чаще всего с белой рубашкой и неярким галстуком, для женщин в служебной обстановке исключаются брюки. Не принято курить в присутствии старших по возрасту и должности.

Арабский стиль ведения переговоров Каждая арабская страна имеет свою специфику. В качестве общих черт многие исследователи отмечают национальную гордость и осознание исторической значимости, восприятие необходимости сильного лидера и достаточно развитые бюрократические традиции. Арабские участники переговоров внимательно относятся к личности своего партнера и его отношению к общеарабским ценностям, как правило, стремятся установить с ним доверительные отношения. Они также предпочитают проводить предварительную проработку тех или иных деталей, обсуждаемых на переговорах вопросов.

Для арабов одним из важнейших элементов на переговорах является установление доверия между партнерами. Если типичный американец старается предугадать развитие событий при решении любой проблемы, то арабы скорее привыкли ориентироваться на прошлое, постоянно обращаясь к своим корням и традициям. Они также предпочитают

предварительную проработку деталей обсуждаемых на переговорах вопросов. Большое значение в арабском мире имеют исламские традиции.

В целом, поскольку арабский мир далеко неоднороден, существуют значительные различия в стилях делового общения у представителей различных арабских государств.

Для египтян весьма характерно чувство национальной гордости, следование историческим традициям своей страны. Другая черта – это принятие необходимости сильного правления и, наконец, третья – жесткие и довольно развитые административные правила поведения. Эти особенности египтян в значительной степени сказываются при ведении ими переговоров. Так, они весьма чувствительны к вопросам, связанным с национальной независимостью. Все, что каким-то образом может рассматриваться как вмешательство в их внутренние дела, будет отвергаться с беспощадностью. Важным оказывается и уровень, на котором ведутся переговоры. При этом египтяне чаще предпочитают «торг» иным типам взаимодействия с партнером. Египтяне большое значение придают проявлениям дружбы, искренности, гостеприимства и хорошего настроения.

«Культурная дистанция» между беседующими арабами обычно короче, чем она принята у европейцев. Беседующие почти касаются друг друга, что свидетельствует о взаимном доверии. При первом знакомстве ваш арабский собеседник выражает вам радушие и любезность. Это не притворство, а дань традиции. Последующая беседа может проходить менее гладко. Арабские собеседники всячески избегают определенности, четких ответов «да» или «нет». Арабское понимание этикета запрещает собеседнику прибегать к прямолинейным ответам, быть категоричным, арабы во время беседы избегают также суетливости, поспешности. Арабские собеседники всегда стремятся «сохранить лицо»: и свое, и собеседника. Считается необходимым оставить возможность для последующих контактов. Отказ от сделки сопровождается оговорками, похвалами в пользу обсуждаемого предложения. Арабские предприниматели выражают отказ в максимально смягченном, завуалированном виде. Торговая сделка у арабов – всегда маленький спектакль. Это область, где европейские и арабские понятия существенно расходятся. Первая названная цена всегда многократно завышена. Назвав завышенную цену, хозяин товара начинает всячески его расхваливать. Покупающий стремится сбить цену. Торгующиеся могут расходиться, вновь обсуждать достоинства товара, пока не ударят по рукам.

Процесс покупки часто сопровождается угощением прохладительными напитками, чаем, кофе. Если перед кофе предлагают прохладительные напитки, – это означает, что время, отведенное для встречи, подходит к концу.

Ведя переговоры с иностранным партнером, важно учитывать и его особенности невербального поведения.

В разных культурах понятие нормы отличается. Так, расстояние, на котором люди разговаривают, не одинаково. При деловых беседах, например, европейцы подходят ближе друг к другу, чем американцы.

Иначе говоря, социальная дистанция для европейцев меньше, чем для американцев, и совпадает с их личной дистанцией. Такое уменьшение социальной дистанции и перевод ее в «интимную» может быть истолкован американцами как некое нарушение «суверенитета», излишняя фамильярность, а у европейца увеличение расстояния могут воспринимать как холодность в отношениях, возросшую официальность.

Представители различных наций при беседе предпочитают следующие расстояния:

1) близкое: арабы, японцы, жители Южной Америки, французы, греки, негры и испанцы, проживающие в Северной Америке, итальянцы, испанцы;

2) среднее: англичане, шведы, жители Швейцарии, немцы, австрийцы;

3) большое: белое население Северной Америки, австралийцы, новозеландцы.

Больше всего недоразумений вызывает использование жестов-символов. К ним часто прибегают, когда не владеют языком, на котором говорит партнер. Не зная значения жестов-символов, вы можете оказаться в неловкой ситуации, т. к. многие жесты либо просто не понимаются, либо имеют другое значение.

Начиная переговоры с любыми представителями Запада или Востока, нужно учитывать, что трудности на переговорах часто происходят из-за различий в ожиданиях, которые нередко обусловлены различиями в национальных культурах участников переговоров.

При этом следует отметить, что при совпадении интересов сторон национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть существенную роль. Знание национальной специфики ведения переговоров поможет избежать ошибок восприятия и произвести более благородное впечатление на партнера, установить с ним долгосрочные партнерские отношения.

Взаимодействие с аудиторией

1. Голос (паралингвистика) как средство коммуникации между представителями разных культур.
2. Типы восприятия межкультурных различий.
3. Этапы восприятия иной культуры и стратегии поведения в новой культурной среде.
4. Важность проблемы кросскультурных коммуникаций.

1. Учебная дисциплина. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 3. Научно-практические и методические аспекты взаимодействия национальных и корпоративных культур

Тема 3.2. Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегия, структура и культура организации.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Национальная и корпоративная культуры: взаимообусловленность и взаимодействие.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Классификационные критерии корпоративных культур.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Эгалитарные и иерархические культуры.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Особенности отдельных деловых культур и важность их учета для успешного ведения бизнеса требуют определения того, насколько могут коррелировать, взаемообумовлюваты друг друга национальная и корпоративная культуры. Как правильно построить культуру организации, осуществляющей деятельность в различных странах.

В рамках решения этой проблемы можно выделить два подхода:

1. Необходима относительная автономность и независимость корпоративной культуры от национальной.

2. Второй подход, (более распространенный), напротив, отстаивает, с одной стороны, взаимосвязь и взаимообусловленность культур, с другой - подчеркивает доминирующую роль в этом континууме национальной культуры. Национальные особенности ведения дел и управления (определенная иерархия ценностей, система мотивации, отношение к работе, к руководству и т.д.), обусловливающих различия в типах корпоративных культур, с большой вероятностью мы найдем в следующих проблемных сферах:

о отношения между персоналом и организацией в целом;

о характер отношений «руководитель - подчиненный»;

о понимание работниками роли организации, ее целей и перспектив.

Последняя точка зрения стала исходной для классификации корпоративных управленческих моделей, предложенной голландским ученым Ф. Тромпенаарсом и британским исследователем, управленческим консультантом Ч. Хампден-Тернером, который обнаружил, что тип корпоративной культуры определяется с помощью трех характеристик: степень централизации управления, степень его формализации и объект, на который в первую очередь направлен процесс управления. Соотношение уровня централизации и формализации в практике управления различных стран может сильно варьировать, а объект управления - меняться.

На основе этих характеристик выделяются четыре типа корпоративной управленческой культуры:

1. "Семья".

2. "Эйфелева башня".

3. "Управляемая ракета».

4. "Инкубатор".

Конечно, это условные, идеальные модели, которые в чистом виде не встречаются, поэтому можно говорить лишь о доминирующем влиянии той или другой.

"Инкубатор" и "Управляемая ракета» относятся к числу эгалитарных типов культур, где расстояние между верхними и нижними этажами управления небольшая и, следовательно, степень централизации управления - низкая. Наиболее яркими представителями этих культур являются США и Канада.

Напротив, культуры типа "Семья" и "Эйфелева башня", характерные для Юго-Западной и Центральной Европы, соответственно, являются иерархическими, с ограниченным делегированием власти и отличаются высокой степенью централизации в управлении.

С точки зрения объекта ориентации культура типа "Инкубатор" больше направлена на развитие личности, а, следовательно, важнейшим аспектом мотивации для работника здесь есть возможность усовершенствования и самореализации. "Управляемая ракета" ориентируется на решение конкретной задачи или достижения конкретного результата. "Эйфелева башня" имеет ярко выраженную ролевую ориентацию. Здесь происходит детальное определение функциональных обязанностей каждого работника на каждом уровне властной вертикали. Характерно также тщательный контроль за выполнением подробно прописанных функциональных обязанностей. Попытки их спонтанного перераспределения запрещаются.

Наконец, тип культуры "Семья" также ориентируется на выполнение указаний сверху. Структура управления имеет ярко выраженный иерархический характер, однако функции нижестоящих звеньев четко не формализованы.

Взаимодействие с аудиторией:

1. Формирование глобальной бизнес-культуры. Плюсы и минусы экономической и культурной глобализации, отрицательных тенденций, связанных с формированием глобальной бизнескультуры.
2. Международный этикет: нормы и правила.
3. Деловая переписка и особенности профессиональной риторики с учетом национальных особенностей.

1. Учебная дисциплина. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 4. Межкультурные коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 4.1 Подготовка персонала индустрии туризма к работе в кросскультурной среде

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тимбилдинг на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства с учетом кросс-культурных факторов.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Коммуникационный разрыв между представителями разных культур.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Этноцентризм.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Кросс-культурный шок и типичные ошибки профессионального общения в кросс-культурный среде.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вхождение России в мировое экономическое сообщество сопровождается повышением внимания к кросс-культурному взаимодействию. Особенно это характерно для предприятий индустрии гостеприимства. Первыми проявили интерес к кросс-культурному менеджменту международные гостиничные цепи, ведущие бизнес в России. Глобализация экономики и расширение международных связей, делают проблему межнационального

менеджерского общения жизненно важной. Менеджерам разных социальных культур приходится все чаще взаимодействовать со своими коллегами из других стран, работать с многонациональным персоналом и что самое важное удовлетворять требования иностранных клиентов. Интернационализация бизнеса и экономики при всех вытекающих отсюда преимуществах, тем не менее, превратилась в глобальную проблему. Предприятия все в большей мере приобретают международный характер, и в школах бизнеса все чаще подчеркивается требование интернационализировать взгляды менеджеров, сблизить их процессе кросс культурных общений. Принять во внимание факторы культурной среды заставляет сложная и многоуровневая структура культуры. Для выявления взаимодействия культуры и бизнеса рассмотрим некоторые кросс культурные проблемы. К ним относятся язык, религия, социальная организация общества, его ценности и взаимоотношения, образование и технология, право и политика, география и искусство. Язык является, конечно, основой формирования человеческих групп, будучи средством выражения мыслей и чувств, средством коммуникации. Принято выделять вербальный и невербальный языки. К первому относят некоторую систему графических знаков, организованную, соответственно, в речь или письмо. В невербальном общении выделяют несколько уровней информации, которые в разной степени несут на себе "печать" соответствующей культуры. Говоря о жестах, нельзя не отметить национальные, возрастные, культурные особенности их функционирования. Каждая нация является носителем специфических форм жестового выражения, а также других средств внешней выразительности. Один и тот же жест в разных национальных культурах может нести совершенно различное содержание. Так, например, жест рукой, означающий у американцев "уходи прочь", в ресторанах Буэнос-Айреса будет вызовом официанта, ибо там это означает "пойди сюда". Однако движение, выражающее у американцев "иди сюда", это жест, означающий "до свидания" во многих частях Южной Европы. Поглаживание щеки в Италии означает, что беседа настолько затянулась, что начинает расти борода и пора прекратить дискуссию. Сбои в таких знаковых системах могут привести к неловким ситуациям в общении людей, принадлежащим к разным культурам. Жесты рук воспринимаются по-разному в зависимости от того, где мы в данный момент находимся. В Соединенных Штатах, да и многих других странах, "ноль", образованный большим и указательным пальцем, говорит: "Все нормально", "Отлично" или просто "О'кей". В Японии его традиционное значение - "деньги". В Португалии и некоторых других странах он будет воспринят как неприличный. Если в Голландии вы повернете указательным пальцем у виска, подразумевая какую-то глупость, то вас не поймут. Там этот жест означает, что кто-то сказал очень остроумную фразу. Мы привыкли, что смех это проявление положительных эмоций в ответ на какую-нибудь остроумную шутку. Но в некоторых странах Африки смех — это показатель изумления и даже замешательства, а вовсе не проявление веселья. Возьмем хотя бы такую элементарную вещь – кивок головой. Все очевидно и понятно: вы соглашаетесь с собеседником. Только не для болгар, греков и индийцев. Там все наоборот: кивок головой означает возражение, а движения головой из стороны в сторону – согласие.

Этот краткий перечень значений довольно-таки стандартных жестов показывает, как легко непреднамеренно обидеть представителей другой национальной культуры. Если осознанно предугадать реакцию собеседников, наблюдая за их невербальным языком, это поможет избежать многих недоразумений.

Все вышеперечисленные проблемы межкультурного общения особенно ярко проявляются в гостиничном бизнесе. В настоящее время международные школы, ведущие подготовку специалистов для индустрии гостеприимства уделяют большое внимание ознакомлению студентов с кросс-культурными различиями и способами разрешения конфликтов в гостинице и ресторане. Так же разрешением этой проблемы заняты тренинговые и консалтинговые центры при гостиничных цепях и приглашенные независимые консультанты.

В России на данный момент идет становление обучения в области индустрии гостеприимства. Содержание программ по подготовке специалистов во всех учебных

заведениях примерно одинаковое: изучают технологии приготовления блюд и напитков, правила сервировки стола и составления меню, тонкости обслуживания и ценовой политики, системы бронирования, службу приема и размещения гостей и управление персоналом. В программе всех вузов ведущих подготовку кадров для индустрии гостеприимства есть соответствующие дисциплины, однако недостаточное внимание уделяется современным стратегиям менеджмента и в особенности обучению кросс культурным коммуникациям. В связи с этим проводится анализ наиболее успешных программ и тренингов по этой тематике.

Взаимодействие с аудиторией

1. Использование знаний дисциплины «Кросскультурные коммуникации» в рекламе и связях с общественностью.
2. Позитивные и негативные результаты взаимодействия культур.
3. Условия эффективной кросскультурной коммуникации партнеров.
4. Понятия полихронной и монохронной культур.

1. Учебная дисциплина. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 4. Межкультурные коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 4.2 Специфика кросс-культурных коммуникаций в индустрии туризма

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности организации кросс-культурных коммуникаций в рамках экскурсионного обслуживания.	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Обязанности и параметры эффективности гидаэкскурсовода и гида-переводчика.	Информационная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Содержание основных принципов составления инструкций, путеводителей, карт, разговорников.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Туристский инструктаж.	Информационная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Коммуникация участвует во всех социальных жизненных актах, являясь составной фактором создания и жизни культурных процессов. Культурное разнообразие и межкультурный диалог интенсивно обсуждаемые темы в современном обществе, обозначенная глобализацией. Культурные различия являются основным предметом исследований, касающихся межкультурной коммуникации. Хорошее знание других культур является необходимым шагом, чтобы познать природу этих различий и относиться к другим через отношение взаимопонимания и терпимость, которые являются условиями для

подлинного межкультурного диалога, особенно в индустрии туризма. В то время как коммуникация является актом человеческих отношений, культура является мотивом этого акта. В туризме, качество коммуникации связано с уровнем культуры вовлеченных в него субъектов. Туризм является в настоящее время явлением, основанным на повышенной потребности в восстановлении здоровья и изменении окружающей среды, а также для рождения и развития чувства открытости для красоты природы. Люди всегда были сосредоточены на расширении пространственных и временных горизонтов знаний об их окружении. Одним из основных средств достижения этой цели был путешествие. Как-то невольно странствиями помечаются коммуникации во многих отношениях, в которых это может произойти: между туристом и поставщиком туристических услуг, среди туристов из разных культур, между сотрудниками разных национальностей туристических агентств и т. д. Хорошая коммуникация не только передача информации, но и взаимное понимание желаний и потребностей друг друга. Коммуникация может быть затруднена, если одна из сторон является доминирующей и отвергает межкультурный диалог, этот факт отрицательно влияет на туризм, так как отвергает его главные цели. Иногда может показаться, что существуют негативные аспекты коммуникации, от отказа от идеи диалога, вплоть до насильственного проявления своей собственной позиции. В индустрии туризма, это событие может оказаться особенно острым тогда, когда когда туристы взаимодействуют с местным населением, которое, в данном случае, будет рассматривать туристов, как некоторых субъектов, вторгшихся в их собственную культуру. Коммуникативное поведение индивидов являются результатом сложных взаимодействий между культурными факторами, контекстными факторами, знаниями и эмоциями. Таким образом мы общаемся и привязываемся культурно, а в коммуникации формируются отношения, ценности, практики и конкретные ожидания этнической группы, которые создаются и циркулируют в процессе коммуникации. Связь ситуации с участием лиц из разных культур называются межкультурными ситуациями общения. В процессе межкультурной коммуникации, туристы из разных культур ведут переговоры их культурной самобытности, правилам смысла, восприятия, эффекты, которые могут возникнуть в процессе коммуникативного взаимодействия. В межкультурных ситуациях общения в рамках туризма может возникнуть коммуникационные барьеры, недоразумение, вызванное различия в поведении, восприятие или значение, которые существуют между туристами из разных культур, а также негативной активации стереотипов. могут существовать связи барьеры между туристами и персоналом от конкретного туристического предприятия (гостиница, ресторан, туристическое агентство и т.д.). Недоразумения, неправильные интерпретации, пробелы связи являются неотъемлемой чертой межкультурной коммуникации. Опыт межкультурной коммуникации помогает человеку знать и ценить другие культуры, но и лучше понять свою собственную культуру.

Взаимодействие с аудиторией

1. Кросскультурные коммуникации в больших группах.
2. Этнический уровень кросскультурного взаимодействия.
3. Кросскультурные коммуникации на национальном уровне.
4. Аккультурация как форма кросскультурных коммуникаций.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

2. **Раздел 1. Теоретические основы кросс-культурных коммуникаций**

Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Кросс-культурные коммуникации: современные тенденции и актуальные проблемы

Тема 1.2. Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросскультурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Теоретико-методологические подходы и парадигмы изучения межкультурной коммуникации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Структура коммуникации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: Предмет и задачи курса. Кросскультурные коммуникации: современные тенденции и актуальные проблемы

Форма практического задания: дискуссии

Темы дискуссий:

1. Кросс-культурные коммуникации как учебная дисциплина: его предмет, объект и задачи, необходимость изучения.
2. Теоретико-методологические подходы и парадигмы изучения межкультурной коммуникации.
3. Основные направления и актуальные проблемы кросс-культурного менеджмента.
4. Глобальный бизнес: взаимопроникновение и синергия культур.

Тема практического занятия: Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций

Форма практического задания: дискуссия

Темы дискуссий:

1. Система ценностей как детерминанта поведения. (Д. Мэрдок, Дж. Рокич, Зю Инхлхард, С. Иошимури, У. Нойман).
2. Теория Э. Холла о высоко- и низкоконтекстуальных культурах.
3. Культурные контрасты в системах ценностей наций (на примере американской, японской и арабской культур).
4. Подход Хампден - Турнера – Тромпенаарса, Модель Лефевра в сравнительном менеджменте. Концепция Дж. Бермана.
5. Анализ международной бизнес-среды в соответствии с моделью Т.Н. Глэдвина и В. Терпстра.
6. Культурный профиль отдельных стран. Критериальная база международных сопоставлений.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. **КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

2. **Раздел 2. Теоретические основы кросс-культурных коммуникаций**

Тема 2.1. Проблема культурных различий и этноцентризм

Тема 2.2 Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросс-культурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросскультурных коммуникаций

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проблема культурных различий и этноцентризм Понятие «идентичность» и ее виды.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Этно-культурные проблемы идентификации личности в современном обществе.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Социализация и инкультурация как составляющие процесса вхождения человека в мир культуры.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Проблема культурных различий и этноцентризм

Форма практического задания: защита доклада.

Темы докладов:

1. Формы межкультурных взаимодействий: аккультурация, культурная экспансия, культурная диффузия, культурный конфликт.
2. Культурный шок в процессе освоения иностранной культуры и способы его преодоления.
3. Явление этноцентризма. Этнокультурные стереотипы и предрассудки.
4. Эффективное межкультурное общение и факторы, способствующие ее достижению.
5. Межкультурный тренинг и его виды.
6. Модели поликультурного образования.

Тема практического занятия: Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации

Форма практического задания: дискуссия.

Темы дискуссий:

1. Вербальные особенности коммуникации в различных странах.
2. Роль хорошо эрудированного понимания национальной концептосферы для достижения максимальной эффективности кросс-культурной коммуникации.
3. Специфические аспекты кросс-культурных коммуникаций в гастрономическом / деловом / медицинском и лечебном / экологическом и природном / религиозном / спортивном и активном / экстремальном / образовательном / круизном / этническом и этнографическом туризме.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. **КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

2. **Раздел 3. Научно-практические и методические аспекты взаимодействия национальных и корпоративных культур**

Тема 3.1. Особенности делового общения и этикета в различных культурах

Тема 3.2 Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросс-культурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросс-культурных коммуникаций

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Взаимодействие национальной и корпоративной культур.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
	Модели корпоративных культур в	Групповая, научная

2	сравнительном контексте.	дискуссия, диспут Дискуссия
3	Стратегия, структура и культура организации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: Особенности делового общения и этикета в различных культурах

Форма практического задания: дискуссия.

Темы дискуссий:

1. Формирование глобальной бизнес-культуры. Плюсы и минусы экономической и культурной глобализации, отрицательных тенденций, связанных с формированием глобальной бизнескультуры.
2. Международный этикет: нормы и правила.
3. Деловая переписка и особенности профессиональной риторики с учетом национальных особенностей.

Тема практического занятия: Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте

Форма практического задания: дискуссия.

Темы дискуссий: Классификационные критерии корпоративных культур. Эгалитарные и иерархические культуры. Модели корпоративных культур, их характерные особенности и сравнительный анализ. Организационная культура компаний и организаций в контексте налаживания эффективных кросс-культурных коммуникаций. Значимость труда в различных бизнес-культурах. Факторы, влияющие на отношение к труду, национальные особенности. Межкультурные сопоставления моделей мотивации в различных странах. Характеристики национальных стилей лидерства. Факторы, воздействующие на эффективность лидерства в различных культурах.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. **КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

2. **Раздел 4. Межкультурыне коммуникации в туризме и гостеприимстве**

Тема 4.1. Подготовка персонала индустрии туризма к работе в кросскультурной среде

Тема 4.2 Специфика кросс-культурных коммуникаций в индустрии туризма

3. Цели занятия.

-сформировать представление о внутренних и внешних профессиональных коммуникациях

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности кросс-культурных коммуникаций в международном бизнесе

-сформировать представление о содержании современных теорий кросс-культурных коммуникаций

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности организации кросс-культурных коммуникаций в рамках экскурсионного обслуживания.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Обязанности и параметры эффективности гидаэкскурсовода и гида-переводчика.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Содержание основных принципов составления инструкций, путеводителей, карт, разговорников.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия: Подготовка персонала индустрии туризма к работе в кросскультурной среде

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу:

1. Тимбилдинг (командообразование) на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства с учетом кросс-культурных факторов.
2. Современный подход к управлению культурными различиями.
3. Эффективная мультикультурная команда: создание и управление.
4. Потенциал и целесообразность внедрения кросскультурных тренингов в международных компаниях и мультикультурных компаниях.
5. Обучение мультикультурной группы.
6. Культурные стили конфликта.
7. Методика измерения конфликтов М. Хаммера.
8. Особенности разрешения конфликтов в различных культурах.

Тема практического занятия: Специфика кросскультурных коммуникаций в индустрии туризма

Форма практического задания: дискуссия

Темы для дискуссий:

1. Технологические приемы при консультировании и доведении до сведения туристов и экскурсантов важной информации, касающейся особенностей культуры, нравов, обычаев и норм страны пребывания.
2. Этнокультура и ее артефакты: национальный костюм, национальная кухня, предметы народных ремесел и искусств, стиль и дух национального быта, фольклор и обрядовость.
3. Перспективы и проблемы разработки и продвижения въездного культурного туризма в России с точки зрения основных аспектов кросскультурных коммуникаций.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы кросс-культурных коммуникаций

Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Кросс-культурные коммуникации: современные тенденции и актуальные проблемы

https://ppt-online.org/550825

http://images.myshared.ru/9/920455/slide_3.jpg

Тема 1.2. Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций

Межкультурный менеджмент

Типы деловых культур по Тромпенаарсу

Тип культуры	«Семья»	«Управляемая ракета»	«Инкубатор»	«Эйфелева башня»
-принятие решений	важнее кто делает, чем что делается	на основе образной связи	каждый принимает решения сам	на основе четких, по-нятных каждому правил
-обучение	направлено на пользу семьи	ориентировано на проблемы	направлено на само-совершенствование	направлено на при-обретение навыков, соответствующих занимаемой должности
-изменения	проводятся, если лидеру это необходимо	осуществляются очень быстро	происходят хаотически	только путем изменения правил
-мотивация	угодить лидеру	достижение конечного результата	достижение того, чего не досиг никто	выполнение долга
-вознаграждение	похвала лидера	оплата по результатам	творческая работа	оплата за выполнение обязанностей
-разрешение конфликтов	основано на мастерстве лидера	все конфликты ничто по сравнению с целью	много альтернатив	конфликт является чем-то невозможным

75

https://present5.com/presentation/3/18040664_126263587.pdf-img/18040664_126263587.pdf-75.jpg

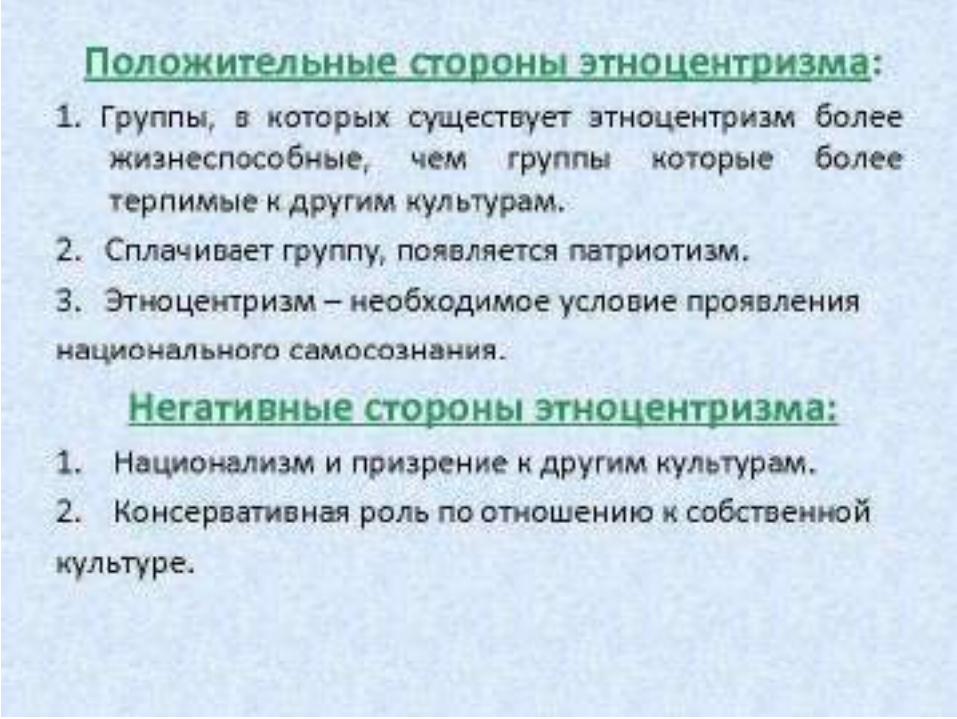
Ценности личности по Рокичу

Базовые ценности	Инструментальные ценности
1. Комфортная жизнь	Амбициозность
2. Интересная жизнь	Широта мышления
3. Ощущение достижения	Развитие способностей
4. Мир во всем мире	Легкий нрав
5. Стремление к красоте	Любовь к чистоте
6. Равенство	Мужество
7. Безопасность семьи	Стремление поощрять
8. Свобода	Готовность прийти на помощь
9. Счастье	Честность
10. Внутренняя гармония	Воображение
11. Любовь	Независимость
12. Уверенность в завтрашнем дне	Интеллект
	Логика мышления
13. Удовольствие	Способность любить
14. Спасение души	Покорность
15. Самоуважение	Вежливость
16. Общественное признание	Ответственность
17. Настоящая дружба	Самоконтроль
18. Мудрость	

https://skazka-arkhyz.ru/wp-content/uploads/2/7/8/27833f6e7d1a48693c59899a64e6c748.jpeg

РАЗДЕЛ 2. Межкультурные различия

Тема 2.1. Проблема культурных различий и этноцентризм



https://present5.com/presentation/3/189558199_173249277.pdf-img/189558199_173249277.pdf-12.jpg

https://vuzopedia.ru/storage/app/uploads/public/638/7d3/1cd/6387d31cde0dd926494641.jpg

Тема 2.2. Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации

https://origin-style.ru/800/600/http/images.myshared.ru/66/1357143/slide_3.jpg

https://cspsid-pechatniki.ru/800/600/http/cf.ppt-online.org/files/slide/z/Z3tJ8K16lE4BFMmxka2PoqLOQXI0jWY5w79rCS/slide-27.jpg

РАЗДЕЛ 3. Научно-практические и методические аспекты взаимодействия национальных и корпоративных культур

Тема 3.1. Особенности делового общения и этикета в различных культурах

https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/s/Sx7K3Nneq6PWmaklR8zc2YL0UpIJtgjuwBG5ys/slide-1.jpg

https://tacon.ru/wp-content/uploads/1/a/e/1ae6ff3becf925189082b38089d04a6d.jpeg

Тема 3.2. Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте

https://cf.ppt-online.org/files1/slide/3/3t8WJRLqSVvam4F2wBgIybr6xoDjnUuY0OQCMKX9pG/slide-5.jpg

https://present5.com/presentation/1/29928332_301261021.pdf-img/29928332_301261021.pdf-4.jpg

РАЗДЕЛ 4. Межкультурные коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 4.1. Подготовка персонала индустрии туризма к работе в кросс-культурной среде

https://konspekta.net/studopedianet/baza16/9107571762617.files/image002.png

https://cf3.ppt-online.org/files3/slide/d/dziYcW4XaqUrDRjs3nSPLE1x8oyMQbFIl6w9VZ/slide-44.jpg

Тема 4.2. Специфика кросс-культурных коммуникаций в индустрии туризма

https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/none/path/s5e919b38199f3cbc/image/iafaf3a7ef910b8b3/version/1399987386/image.png

https://myslide.ru/documents_7/f6d6df02e585e0ed99ccf4534b9f3b99/img1.jpg

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах

контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И СРЕДСТВА ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ	
Тема 1.1 Производство и потребление: основные термины	Основные термины экономики, экономические блага и их классификация, Экономические ресурсы, функции предпринимательства.Основные закономерности производства и потребления, основные экономические проблемы, стоящие перед обществом. Закон замещения, Теория предельной полезности.
Тема 1.2 Потребности человека с точки зрения экономики	Закономерности развития потребностей подчиняются закону возрастания потребностей. Закон возрастающих потребностей. Общая характеристика потребностей, Закон возрастающих потребностей, Виды личных потребностей и их классификация, Теория предельной полезности, потребности общества и их удовлетворение, Формирование и развитие общественных потребностей, производство и потребности общества, Закон взаимосвязи производства и потребностей общества.
РАЗДЕЛ 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Тема 2.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности	Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг. Общероссийские классификаторы услуг населению. Теория постиндустриального общества. Этапы развития услуг в России.

Тема 2.2. Специфика услуг как товара	Теория «Я–концепции» (самоконцепции) и поведение потребителя. Рассогласование реальной и идеальной (желаемой) самоконцепции потребителя как детерминанта покупательского поведения. Роль самооценки в поведении потребителя. Самооценка и имидж торговой марки. Эволюция понятия «товар». Характеристика услуг. Отличие услуги от материально-вещественного товара. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги. Основные факторы, влияющие на показатели профильного качества и удовлетворенность клиента полученными услугами.
РАЗДЕЛ 3. СЕРВИС КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ	
Тема 3.1 Виды сервиса. Сфера услуг, принципы организации сервиса, процесс разработки услуги. Жизненный цикл услуг	Этапы предпродажного сервиса. Основные задачи на каждом из этапов сервисной деятельности. Стратегия смешанного обслуживания. Стратегические приоритеты сервисной деятельности с точки зрения реализации стратегии смешанного обслуживания. Состав гарантийных обязательств поставщика или производителя. Комплекс услуг, который охватывает период послегарантийного обслуживания потребителей. Понятие фирменный сервис. Преимущества фирменного сервиса.
Тема 3.2 Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг	Теоретические аспекты изучения конкуренции в сфере услуг. Сущность и особенности конкуренции на рынке услуг. Конкурентные стратегии на рынке услуг. Конкурентоспособность услуги: сущность и методологические подходы к оценке.
РАЗДЕЛ 4. МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ	
Тема 4.1. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности	Пространство контакта. Процесс контакта между клиентом и исполнителем. Процесс обслуживания потребителей сервисных комплексов, его основные формы, методы и правила обслуживания. Современные формы обслуживания потребителей услуг. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги. Правовое обеспечение сферы обслуживания. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.
Тема 4.2. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания	Виды общения в «контактной зоне». Процесс контакта между клиентом и исполнителем. Сущность содержания контакта. Роль общения в построении процесса продажи

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс

обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И СРЕДСТВА ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ

Тема 1.1. Производство и потребление: основные термины

Вопросы для самоподготовки:

1. Теория предельной полезности, потребности общества и их удовлетворение
2. Формирование и развитие общественных потребностей, производство и потребности общества.
3. Закон взаимосвязи производства и потребностей общества.

Тема 1.2 Потребности человека с точки зрения экономики

Вопросы для самоподготовки:

1. Взгляд на потребности человека с точки зрения экономики
1. Экономические законы развития потребностей
2. Экономическое развитие общества и основные типы потребления
3. Типичные эффекты потребительского поведения
4. Модели избирательного поведения потребителя

РАЗДЕЛ 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 2.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Принципы современного сервиса в индустрии туризма и сервиса.
2. Задачи современного сервиса.
3. Усиление роли туриндустрии в современной экономике.
4. Воздействие факторов роста потребительской активности.
5. Эволюция понятия сервис.

Тема 2.2. Специфика услуг как товара

Вопросы для самоподготовки:

1. Эволюция понятия «товар».
2. Характеристика услуг.
3. Отличие услуги от материально-вещественного товара.
4. Определение ценности услуги.
5. Модель ценности услуги.

РАЗДЕЛ 3. СЕРВИС КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Тема 3.1 Виды сервиса. Сфера услуг, принципы организации сервиса, процесс разработки услуги. Жизненный цикл услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте характеристику фазам жизненного цикла продукта.
2. Рассмотрите концепцию жизненного цикла продукта на примере объекта социально-культурной сферы.
3. Каким образом администрации удается предотвратить переход продукта в стадию спада?
4. Как знание о жизненном цикле продукта может помочь менеджеру ресторана при составлении меню?

Тема 3.2. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Теоретические аспекты изучения конкуренции в сфере услуг
2. Сущность и особенности конкуренции на рынке услуг
3. Конкурентные стратегии на рынке услуг
4. Конкурентоспособность услуги: сущность и методологические подходы к оценке
5. Особенности функционирования рынка сферы услуг.

РАЗДЕЛ 4. МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ

Тема 4.1. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Построение взаимоотношений клиент-контактный персонал (П. К. Миллс, Дж. Г. Моррис, М. Р. Соломон, К. Супренант, Дж. А. Зепиел, И. Дж. Гутман и др.).
2. Использование моделей массового обслуживания при определении мощности организации сферы услуг (Г. Вагнер, Е. Вентцель, Ю.И. Рыжиков, Х. Таха, Г.П. Фомин и др.).
3. Особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителю.

Тема 4.2. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды общения в «контактной зоне».
2. Процесс контакта между клиентом и исполнителем.
3. Сущность содержания контакта.
4. Роль общения в построении процесса продажи?
5. Основные требования, предъявляемые к пространству контакта.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И СРЕДСТВА ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ

Тема 1.1 Производство и потребление: основные термины

Рисунок Производство и потребление

Рисунок Структура экономики

Рисунок. Процесс производства/потребления услуг

Рисунок Кривая производственных возможностей

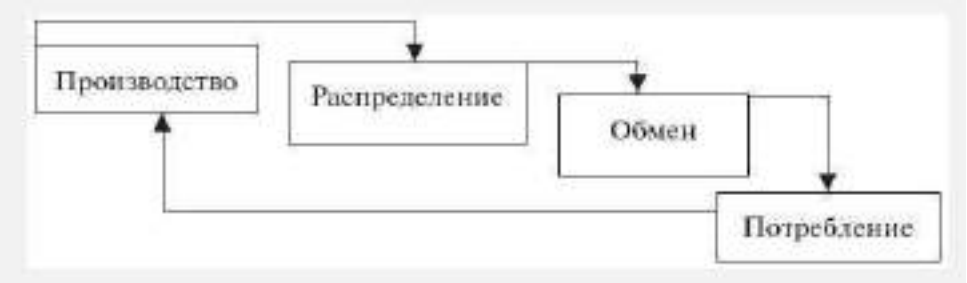


Рисунок Процесс воспроизводства услуг

Тема 1.2 Потребности человека с точки зрения экономики

Рисунок Классификация потребностей

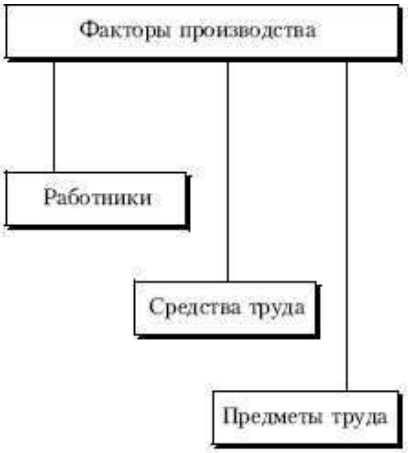


Рисунок Структура факторов производства

Общественное производство	
Материальное производство	**Нематериальное производство**
Обеспечивает материальную основу жизнедеятельности (продукты и услуги) общества. В состав материального производства включается также система воспроизводства животного и растительного мира, природно-экологической среды обитания (сохранение водного и воздушного бассейнов, земельных и лесных угодий и т. д.)	В первую очередь связано с удовлетворением духовных потребностей общества и включает в свой состав развитие таких сфер экономики, которые обеспечивают образовательный уровень населения, удовлетворение потребностей социально-культурного развития, медицинского обслуживания и др. В условиях современной экономики данный спектр имеет огромное значение и постоянно варьируется

Рисунок Структура общественного производства

Рисунок Виды потребностей

Потребность в качестве	Понимание потребности

объекта	потребность понимается как необходимость (нужда) для комфортного существования и нормальной деятельности (и жизнедеятельности) человека
состояния	потребности изучается с точки зрения состояний человеческой психики, в котором находит отражение отсутствие (или нехватка) чего-то
свойства	потребность рассматривается в качестве фундаментального свойства личности, которое определяет ее отношения к окружающей действительности

Рисунок Значение потребностей в психологии

Виды потребностей	Описание
Материальные	являются основой жизнедеятельности человека
Духовные	присущи только человеку и характеризуют уровень его развития
Социальные	являются отражением общественной природы человека, среди которых наиболее значимыми считаются потребности в труде и общении

Рисунок Основные виды потребностей человека

Основные группы	Потребности	Описание
Дополнительные психологические потребности	в самоактуализации (самореализации)	максимальная реализация всех потенций человека, его способностей и развитие личности
	эстетические	потребность в гармонии и красоте
	познавательные	стремление узнавать и познавать окружающую действительность
Основные психологические потребности	в уважении, самоуважении и оценке	потребность в успехе, одобрении, признания авторитета, компетентность и т.п.
	в любви и принадлежности	необходимость быть в общности, социуме, быть принятыми и признанными
	в безопасности	необходимость в защите, стабильности и безопасности
Физиологические потребности	физиологические или органические	потребности в пище, кислороде, питье, сне, половое влечении и т.п.

Рисунок Иерархия потребностей по А. Маслоу

РАЗДЕЛ 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 2.1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности

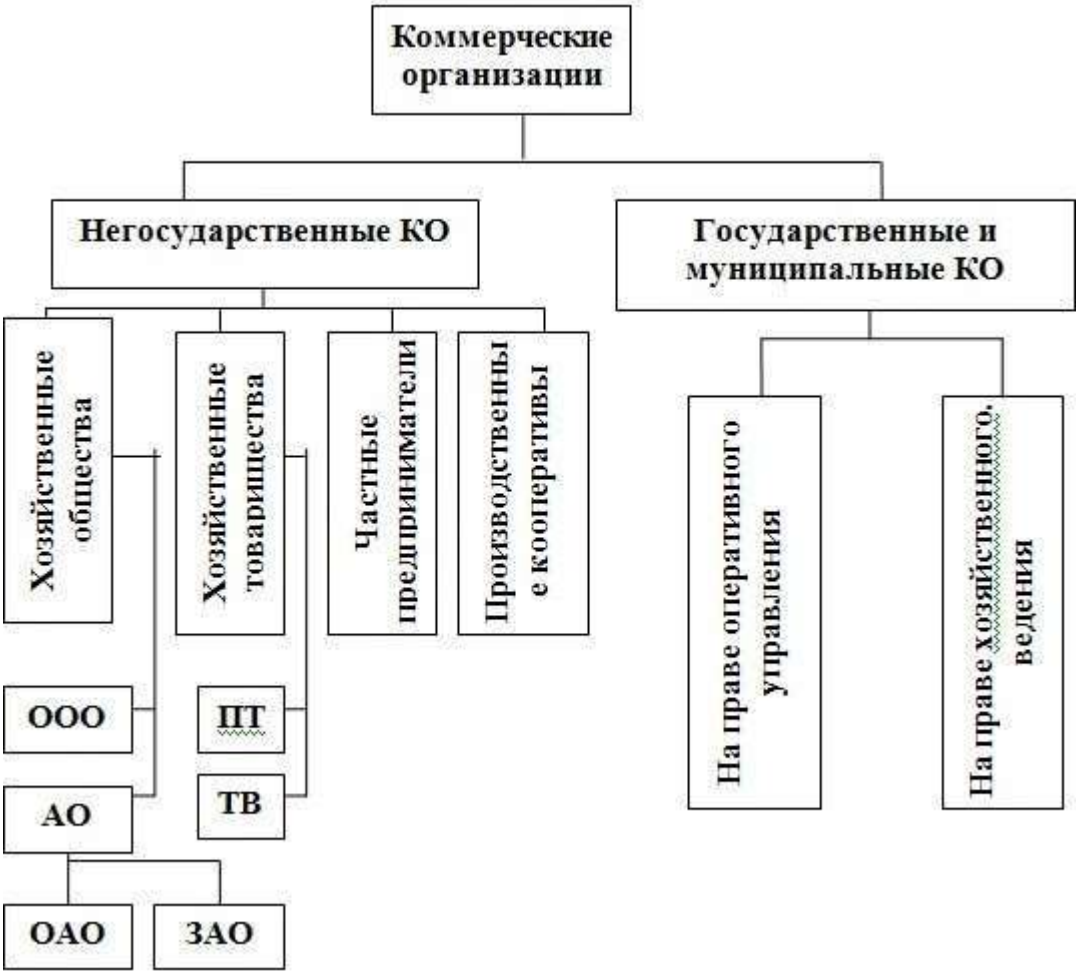


Рисунок Организационно-правовые формы коммерческих организаций

Рисунок Понятие услуги и сервисной деятельности

		Объект воздействия	
		Люди	**Вещи**
Действия по предо-ставлению услуг	**Осязае-мые**	Стрижка;	Химическая чистка; **Фрахт**

		Обед в ресторане	
	Неосязаемые	**Образование; Театральная премьера**	**Банковская услуга; Юридическая консультация**

Рисунок Природа предоставления услуг по К. Лавлоку

		Места получения услуг	
		Единичные	**Многочисленные**
Взаимодействие потребителя и организации	**Потребитель «идет» к организации**	**Театр**	**Сеть ресторанов фастфуд**
	Организация «идет» к потребителю	**Скорая помощь**	**Такси**
	Расстояние «вытянутой руки»	**Дистанционное обучение**	**Mail (поисковая система)**

Рисунок Доставка услуг по К. Лавлоку

		Степень контакта с клиентами	
		Низкая	**Высокая**
Степень участия клиентов	**Высокая**	**Самообслуживание**	**Ремонт оборудования, содержание жилья**
	Низкая	**Химчистка, телевидение**	**Ремонт бытовой техники**

Рисунок Степень участия персонала сферы услуг в установлении контактов с клиентами и степень участия клиентов в обслуживании по Р. Чейзу

Рисунок Матрица услуг по критериям целей и источников оплаты

Потребительские услуги	Смешанные деловые услуги	Институциональны е услуги
Сфера потребительского обслуживания	Сфера профессионального (делового) обслуживания	
Сфера услуг		

Рисунок Положение услуг различной категории в общей системе услуг

Тема 2.2. Специфика услуг как товара

Рисунок Понятие услуги как товара

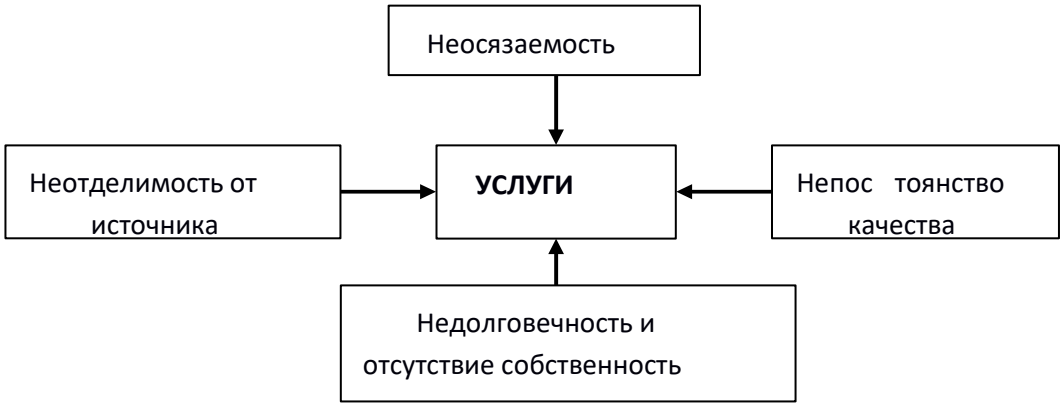


Рисунок Основные характеристики услуг

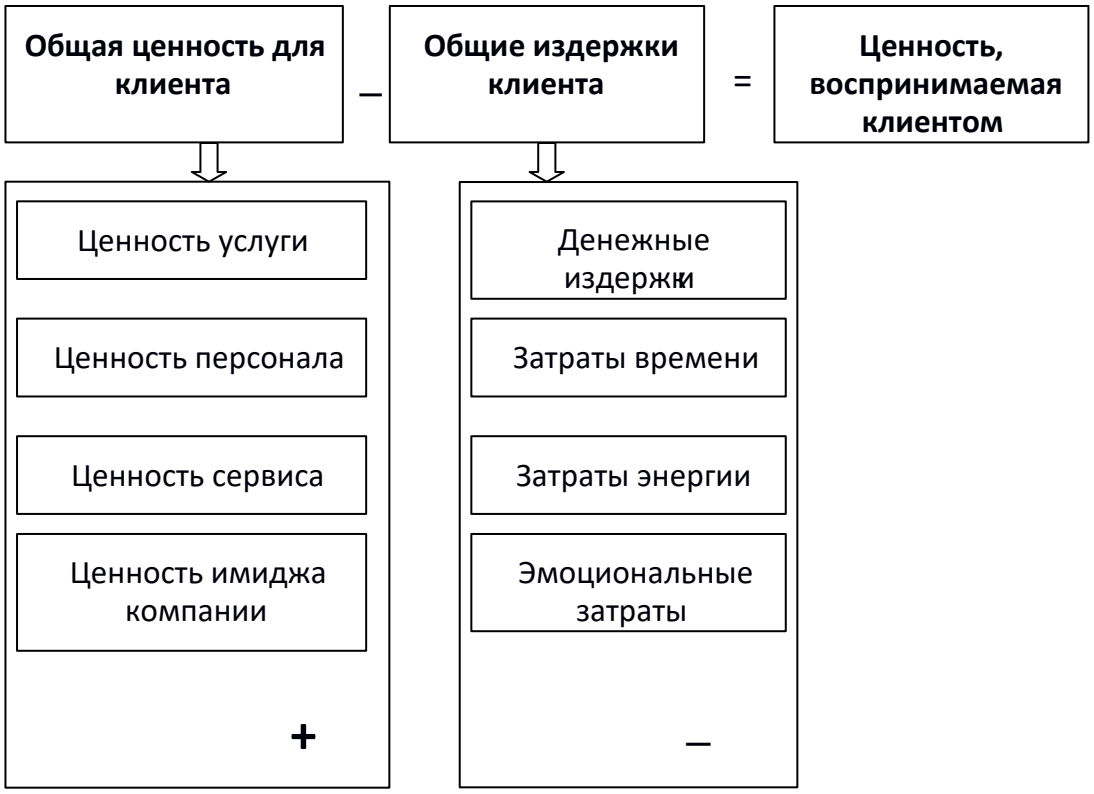


Рисунок Уравнение ценности услуги, воспринимаемой потребителем

Рисунок Модель ценности услуги

Рисунок Основные факторы, влияющие на показатели профильного качества иудовлетворенность клиента полученными услугами

РАЗДЕЛ 3. СЕРВИС КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Тема 3.1 Виды сервиса. Сфера услуг, принципы организации сервиса, процессразработки услуги. Жизненный цикл услуг

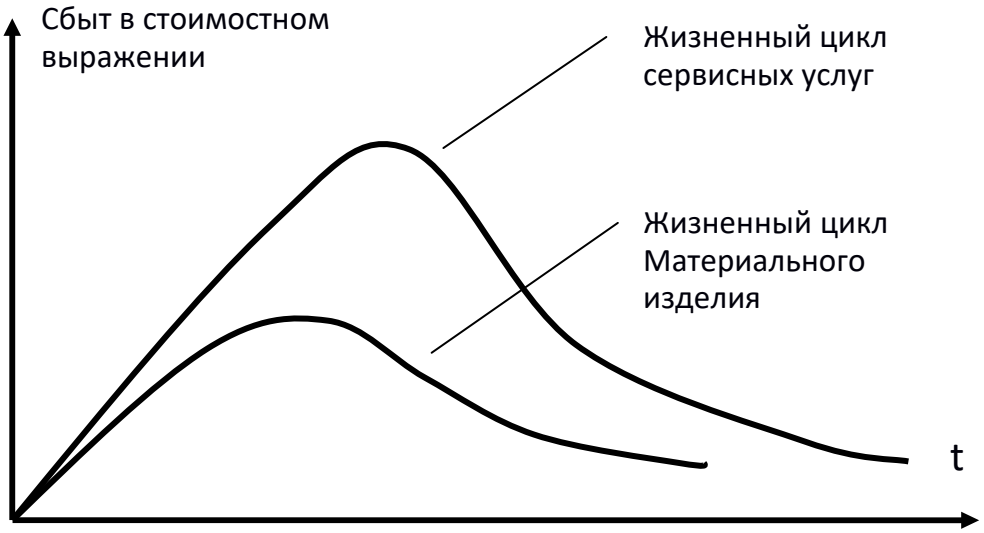


Рисунок Различия в кривых жизненного цикла товара и сопутствующих ему услуг

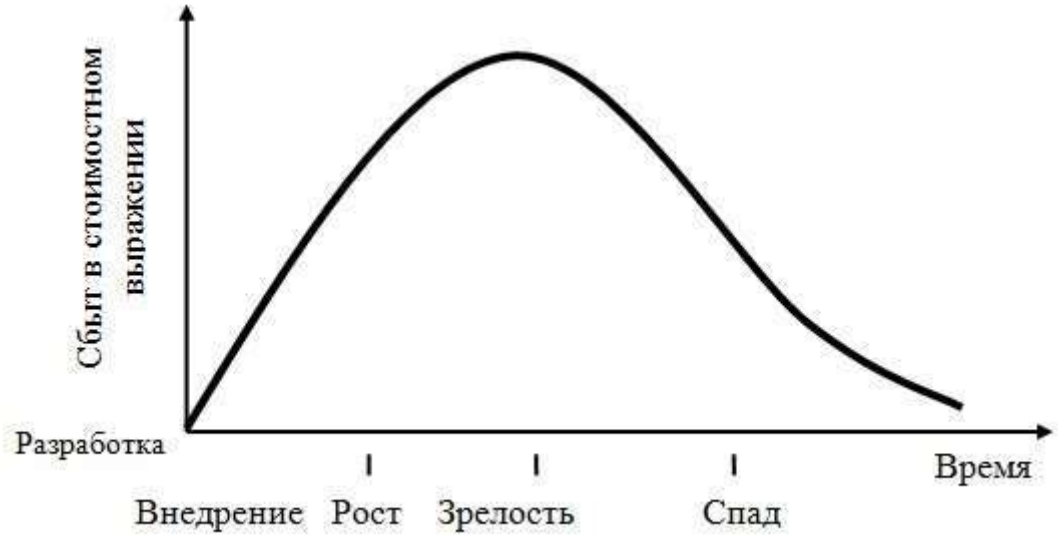


Рисунок Схема жизненного цикла продукта/услуги

Рисунок Сервисное обслуживание по всему жизненному циклу

Тема 3.2. Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг

Рисунок Основные факторы внешней среды предприятия

Рисунок Модель пяти сил конкуренции

Рисунок Базовые критерии сегментации по Ф. Котлеру

Рисунок Стратегия развития компании

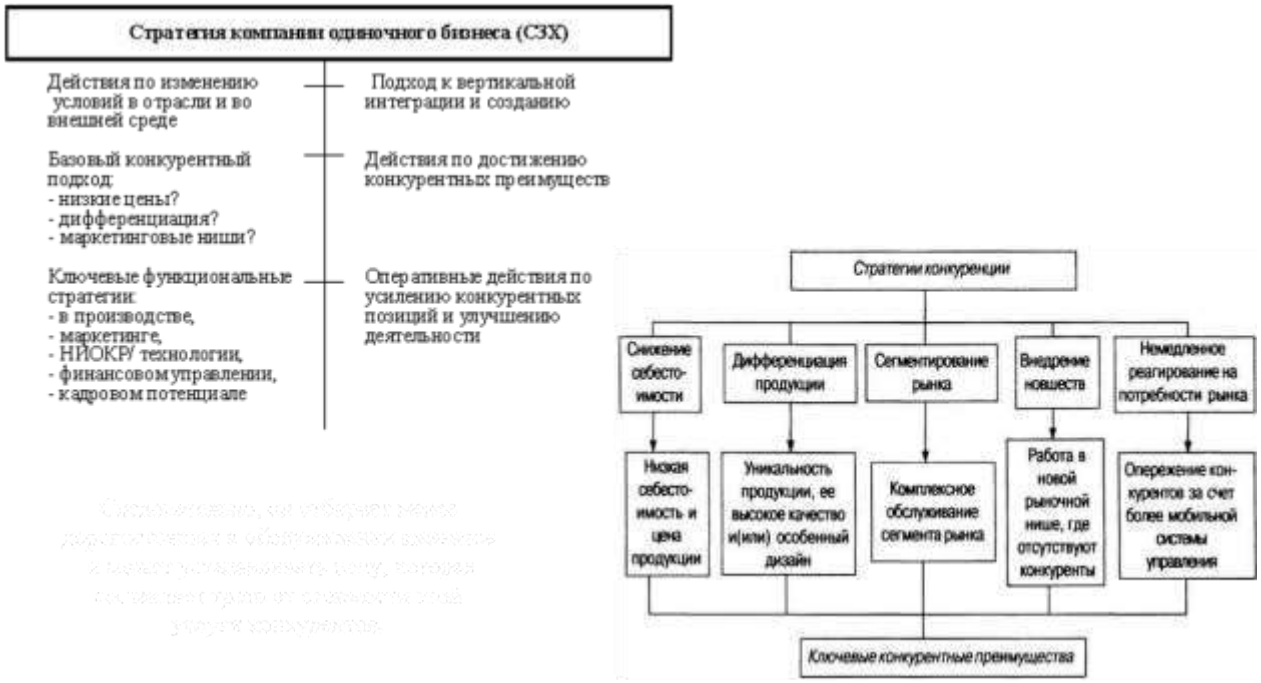


Рисунок Стратегия конкуренции

РАЗДЕЛ 4. МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ

Тема 4.1. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности

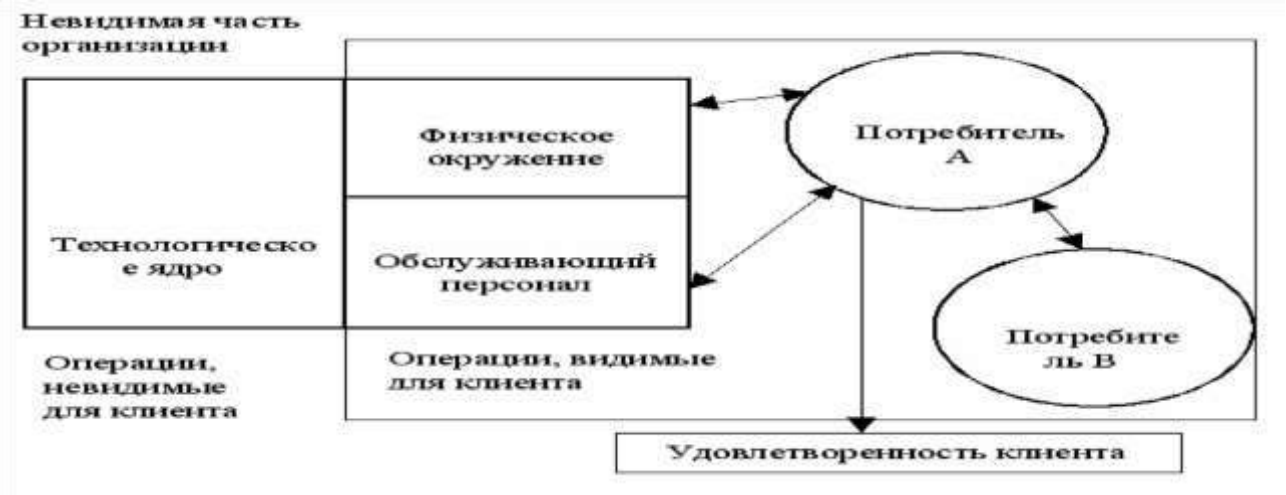


Рисунок Базовая модель организации сферы услуг – «servuction»

Тема 4.2. Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания

Рисунок Системная матрица предоставления услуг

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве

преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству

полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).
4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).
5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого

обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 1. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И СРЕДСТВА ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ/Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать систему знаний об основных закономерностях производства и потребления, основные экономические проблемы, стоящие перед обществом;
- рассмотреть виды личных потребностей и их классификация, Теория предельной полезности, потребности общества и их удовлетворение.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные термины экономики, экономические блага и их классификация, Экономические ресурсы, функции предпринимательства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Основные закономерности производства и потребления, основные экономические проблемы, стоящие перед обществом. Закон замещения, Теория предельной полезности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. **Производство и потребление: основные термины**

Несомненно, человечество в процессе исторического развития меняло многие свои приоритеты, и потребность как главный двигатель деятельности заставляла людей организовывать все более совершенное производство и постоянно улучшать и разнообразить необходимые человеку товары и услуги. Процесс потребления тоже требует социальной организации. Общество формирует потребности и запросы людей так, как считает нужным в определенный исторический период своего развития.

Производство разделено на отрасли, т.е. группы предприятий (фирм), производящих однородную продукцию. Отрасли, с одной стороны, делят на подотрасли, а с другой – группируют в народнохозяйственные комплексы: топливно-энергетический, агропромышленный и т.д.

В экономической теории весьма распространено деление экономики на секторы: первичный, вторичный и третичный. *Первичный сектор* включает сельское и лесное хозяйство, охоту и рыболовство; *Вторичный* – промышленность и строительство. *К третичному* сектору относят производство услуг (торговлю, транспорт, связь, образование, здравоохранение, науку, культуру, бытовые и коммунальные услуги). Первичный и вторичный секторы нередко объединяют в сферу *материального производства.*

Различают также *реальный* и *финансовый (денежный)* секторы. В *реальном* секторе создаются товары и услуги, а *финансовый* – призван обслуживать сектор, в котором реально производится продукция. Деление национальной экономики на реальный и финансовый секторы в известной мере условно. Эти секторы различаются целями, характером операций, техническими особенностями. Финансовый сектор не имеет четких границ, он охватывает движение денежных средств, предоставление финансовых услуг, управление финансовой деятельностью.

Производство – это процесс создания экономических благ для удовлетворения потребностей человека.

Цель производства – создание услуг, отвечающих потребностям человека. Понятие *производство услуги* включает два основных компонента:

- процесс производства (оказания) услуги – выполнение определенной работы исполнителя (предоставление гостиничного номера, продажа туристической путевки);
- процесс обслуживания – взаимодействие исполнителя и потребителя (взаимодействие официанта и клиента, продавца и покупателя).

Для производства услуг необходимы ресурсы. Ресурсы – это имеющиеся у общества возможности для создания услуг и удовлетворения потребностей.

В экономической теории принято выделять 4-е основных вида ресурсов вовлеченных в производство. Это, так называемые, факторы производства:

- Труд – целесообразная деятельность людей, направленная на производство и реализацию товаров. Экономически труд реализуется в форме рабочей силы – физической и умственной способности человека к труду.
- Земля – естественные природные ресурсы. Это пахотные земли, минералы, месторождения нефти, вода, лес и пр.
- Капитал – все то, что используется для производства и реализации товаров. То есть, это средства производства: инструменты, станки, оборудования, транспорт, промышленные здания, компьютерная техника.
- Предпринимательская способность – деятельность человека по эффективному управлению предприятием с целью получения прибыли, и особый талант к такой деятельности.

Слово *ресурс* происходит от французского слова *ressource* и означает источник, запас чего-либо.

Обмен – это процесс движения потребительских благ и производственных ресурсов от одного участника экономической деятельности к другому. Он соединяет производителей и потребителей, связывает членов общества. Через обмен формируется система экономических отношений. Способы обмена весьма многообразны. Он может производиться с помощью бартера или опосредованно – через деньги, быть свободным или строго регулируемым. Одно бесспорно: обмен выгоден для его участников и эффективен для общества. *Рынок* – общественный механизм, который сводит вместе покупателей и продавцов конкретного товара или услуги.

Рынком движут два механизма – спрос и предложение.

***Предложение* – желание и способность продавцов поставлять на рынок блага для продажи.**

***Спрос* – способность и желание потребителей купить блага.**

Спрос – желание определенного товара (услуги), подкрепленное способностью приобрести его (платежеспособностью).

Как обмен, так и функционирование экономики в целом предполагают соблюдение известных пропорций, количественных параметров. Последние определяются в процессе *распределения* экономических ресурсов и потребительских благ. Распределение в узком смысле означает определение размера дохода, получаемого отдельными участниками экономической деятельности и социальными группами. Экономистов интересует, как распределяются доходы, каковы их структура и динамика, как влияет распределение доходов на производство, обмен, потребление. Распределение доходов в любом обществе не бывает строго равномерным: одни социальные группы (предприниматели, высококлассные специалисты) получают высокие доходы, другие (работники невысокой квалификации, пенсионеры) – имеют сравнительно низкие доходы, третьи – средний класс, т.е. подавляющая часть квалифицированных работников и членов их семей, – получают доходы, обеспечивающие достаточное качество жизни, сложившийся в обществе жизненный стандарт. Разница в уровнях доходов обусловливается прежде всего тем, какими факторами производства владеет тот или иной экономический агент. Распределение доходов по производственным факторам носит название функционального распределения. При этом определить количественные пропорции практически весьма сложно. В реальной действительности люди нередко получают доходы не от одного, а от нескольких факторов. Распределение доходов, как и сама категория доходов, представляет собой достаточно сложную и противоречивую картину. В «иерархии» доходов различают: личные и совокупный, национальный, номинальные и реальные, валовые и чистые, выплачиваемые и располагаемые доходы. Первичное распределение (по факторам) не всегда справедливо с социальной точки зрения и недостаточно эффективно с экономической. Поэтому оно дополняется вторичным распределением (перераспределением) через систему налогов, субсидий, страховых взносов, последующих выплат из государственного бюджета, общественных фондов. Первичное распределение осуществляется через механизм рынка, процесс перераспределения протекает при активном участии государства. Доходы связаны с расходами и потреблением. Завершающий акт хозяйственной деятельности – *потребление*. Оно представляет собой использование товаров и услуг для удовлетворения текущих и перспективных потребностей. Когда речь заходит о потреблении, то прежде всего возникает представление о потребительской функции домашних хозяйств. Однако потребляются не только потребительские (продукты питания, одежда), но и инвестиционные товары (станки, оборудование, стройматериалы). Потребительские товары составляют примерно 2/3 «общественного пирога», остальная 1/3 – инвестиционные товары. Они предназначены для восполнения выбывающего реального капитала, говоря подругому, расходуются на производственное потребление. Главным потребителем производимых благ являются домашние хозяйства, а инвестиционных товаров – предприятия (фирмы). В принципе потребление домашних хозяйств можно определить достаточно точно. Но здесь возникают свои трудности. Одни товары, например продукты питания, напитки, различные услуги, потребляются сразу. Другие, а именно товары длительного пользования – автомобили, мебель, жилища, – потребляются постепенно, в течение ряда лет, т.е. можно сказать, что они потребляются по частям. Потребление этих товаров исчисляют не по полной их стоимости, а по стоимости того количества услуг, который предоставляют товары длительного пользования за тот или иной отрезок времени, например за год.

Инвестиции – это затраты, направляемые на увеличение или восполнение капитала. Во многих случаях как синоним инвестиций употребляется термин «валовое накопление». В России его принято делить на три части: инвестиции в финансовые активы (финансовые вложения), например в ценные бумаги, уставный капитал, займы; инвестиции в запасы материальных оборотных средств (в основном это сырье, не до конца изготовленная продукция и еще не проданная готовая продукция); инвестиции в основной капитал, т.е. в машины, оборудование, здания, сооружения, или, говоря по-другому, в тот реальный капитал, который служит более

года. Последний вид инвестиций называют капитальными вложениями (капиталовложениями) или валовым накоплением основного капитала. В свою очередь, эти капиталовложения включают затраты как на возмещение, так и на прирост основного капитала.

Амортизация – это инвестиционные расходы, которые направляются на возмещение износившихся машин и оборудования, на восполнение отслуживших свои сроки зданий и сооружений.

Чистые инвестиции – это ресурсы для строительства новых предприятий, создания нового оборудования, новых транспортных средств и др. Они могут быть исчислены как разница между валовыми инвестициями и средствами, израсходованными на возмещение износа и потерь. Иначе говоря, валовые инвестиции минус амортизация дают величину чистых инвестиций. Необходимо иметь в виду, что в конечном счете инвестиции в финансовые активы предполагают не просто выпуск акций или облигаций, а направление средств от их продажи на расширение производственных мощностей, создание дополнительных рабочих мест, вовлечение в производство новых работников. Инвестирование в целях увеличения размеров реального капитала и есть процесс накопления. Инвестирование – это шаг в завтра, создание условий для обновления и увеличения производства. Стимулом для инвесторов служит прибыль. Но инвестиционные вложения возвращаются не сразу, поэтому процесс инвестирования связан с риском, так как растянут во времени.

В процессе экономической деятельности происходит преобразование ресурсов в экономические блага как материальные, так и нематериальные, которые затем либо потребляются, либо накапливаются с целью восстановления ресурсного потенциала. Услуга как нематериальное экономическое благо накапливаться не может, ее потребление происходит одновременно с производством (см. рис. 3).

Рис. 3. Процесс производства/потребления услуг

Сумма, которую общество затрачивает на потребление, очевидно, зависит:

1. частично от величины дохода,
2. частично от других сопутствующих объективных обстоятельств и
3. частично от субъективных потребностей и психологических склонностей и привычек отдельных членов общества, а также от принципов, на основании которых совокупный доход распределяется между участниками хозяйственного процесса (причем распределение это тоже может подвергнуться модификации в случае расширения производства).

Производство услуг сталкивается с необходимостью совершать определенные основные виды выбора. Среди них наиболее важны следующие:

1) Какие производить услуги (какие потребности человека удовлетворять); 2) Как производить (какие ресурсы использовать для производства услуг);

3) С какой целью производить (для кого производятся услуги).

Материальная услуга – это услуга по удовлетворению материальнобытовых потребностей потребителя услуг.

Услуги можно классифицировать по разным признакам. Так, относительно сфер производства услуги подразделяются на:

- *Материальные* (транспорт, торговля, бытовое обслуживание);
- *Нематериальные* (здравоохранение, образование, туристическое обслуживание).

Услуга – любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо. Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде (Филипп Котлер).

Оригинальный подход к структуризации сферы услуг выдвинул американский экономист-институционалист Дуглас Норт. Чтобы подчеркнуть большую роль институтов в жизни общества, он предложил выделять в экономике как целом ***трансформационный сектор***

(изменение физических характеристик экономических благ) и ***трансакционный сектор*** (изменение чисто социальных характеристик - принадлежности экономических благ комулибо). При таком подходе часть сферы услуг входит в трансформационный сектор (транспорт, образование), а часть - в трансакционный (торговля, управление, финансы).

Благо – все, что способно удовлетворить потребность, принести пользу или доставить удовольствие. Благо – это средство удовлетворения потребностей.

Можно выделить два основных вида благ: 1. Свободные блага (даровые, неэкономические) – их создала сама природа, за них человек не должен платить. Например, это кислород, солнечный свет или вода. Можно возразить, что плата за водоснабжение включена в коммунальные платежи. Но мы платим именно за снабжение водой, то есть за услугу по ее добыче, предварительной очистке и доставке до нашей квартиры (дома) из реки или водоема. Сама вода при этом – бесплатна. 2. Экономические блага – искусственно созданные человеком вещи (материальные блага) или услуги (нематериальные блага), которые являются платными (одежда, проезд в общественном транспорте, продукты в магазине, техника, книги). Экономические блага можно разделить на частные и общественные. Частные блага – потребляются отдельным человеком (группой людей) за плату. Например, покупка новых джинсов или посещение с друзьями кинотеатра. Общественные блага - предоставляются обществу государством на бесплатной основе (школьное образование, базовая медицинская помощь, государственное телевидение). Но по факту, они все равно оплачиваются, например, за счет взимания с граждан налогов.

В процессе удовлетворения потребностей, блага потребляются. Потребление – завершающий процесс, можно сказать главная цель экономики. В материальной сфере потребление созданного блага отделено от его производства.

В свою очередь, нематериальные блага разделяются на:

- *Внутренние* – блага, данные человеку природой, которые он развивает по собственной воле;
- *Внешние* – блага, данные внешним миром для удовлетворения потребностей (репутация, деловые связи и т. д.).

Услуги классифицируются также по группам потребителей. По этому признаку выделяют:

- *Потребительские* – ресторанно-гостиничные услуги, путешествия, страхование, розничная торговля;
- *Производственные* – услуги, потребляемые домашними хозяйством, например, обслуживание компьютеров;
- *Деловые* – услуги, приобретаемые компаниями.

В современных условиях наиболее быстрыми темпами развивается сектор потребительских услуг. Этому способствуют следующие факторы:

- увеличение благосостояния населения, появление возможности отказаться от выполнения многих рутинных домашних работ (стирка, приготовление пищи) и растущее у многих потребителей желание пользоваться индустрией комфорта;
- рост доходов, увеличение свободного времени и возрастание спроса на целый ряд новых услуг, связанных с отдыхом, путешествиями, развлечениями;
- использование сложных высокотехнологических изделий в домашнем хозяйстве, ремонт и обслуживание которых невозможно без помощи специалистов.

Проблема выбора…

Эта проблема возникает только в том случае, когда для определенного экономического субъекта существует не только реальная возможность, но и необходимость выбирать между альтернативными вариантами.

Проблема выбора связана с оценкой производственных возможностей экономической деятельности турпредприятий и предприятий гостеприимства по оказанию услуг. Проиллюстрировать эффект необходимости выбора производства различных видов услуг можно с помощью графика кривой производственных возможностей (см. рис. 4). График кривой производственных возможностей показывает максимальный объем услуг, который может быть произведен предприятием при использовании всех своих ресурсов производства.

Рис. 4. Кривая производственных возможностей

Предположим, что предприятие услуг производит только два вида услуг: экскурсионное обслуживание и развлекательные программы. График показывает сочетание экскурсий и развлечений, которые могут быть произведены при имеющихся ресурсах. Если все ресурсы вложить в экскурсионное обслуживание, то развлекательные программы разрабатываться не будут (на графике – это точка А). Если же все ресурсы тратить на развлекательные программы, то затраты на экскурсии будут нулевые (точка Б). Сочетание двух этих видов услуг, которые могут быть произведены при эффективном использовании наличных ресурсов, находятся на кривой производственных возможностей (точки В и Д). Точки, аналогичные точке Е, выражают неэффективное использование имеющихся ресурсов. Точка К не может быть достигнута при наличных факторах производства.

Кривая производственных возможностей может быть использована также для объяснения альтернативной стоимости. **Альтернативная стоимость** – это стоимость производства услуги, измеряемая с точки зрения потерянной возможности заниматься наилучшим из доступных альтернативных видов деятельности, требующим того же самого времени или тех же самых ресурсов.

При оценке выгодности производства услуг также обращают внимание на два экономических свойства:

- потребительная стоимость услуги – это ее полезность, способная удовлетворять какие-либо потребности человека;
- стоимость услуги – это овеществленный в ней общественный труд, который проявляется в обмене.

Непосредственным измерителем трудовых затрат является рабочее время. Стоимость в реальной жизни определяется не индивидуальным, а общественно необходимым рабочим временем, затраченным на производство услуги. Различные производители затрачивают разное время на производство одной и той же услуги. Казалось бы, чем больше время, тем больше стоимость!

Поэтому стоимость и определяется исходя из общественно необходимых затрат труда, совершаемых при типичных, нормальных условиях производства, среднем уровне умелости и интенсивности труда.

Процесс обмена обнаруживает, что стоимость услуги зависит не только от трудовых затрат, но и от ее полезности. Полезность услуги во многом определяется на основе субъективных оценок людей, их желаний, предпочтений. Услуга полезна, когда в ней появляется потребность и она доступна для потребления. Чем важнее для людей потребность, тем выше стоимость услуги. Таким образом, единого источника стоимости не существует. Не только труд, формирующий затраты производства услуги, но и предельная полезность определяет стоимость услуги как товара.

В процессе производственной деятельности создается услуга, предназначенная для распределения и потребления. Иначе говоря, производство услуг находится в неразрывном единстве с распределением, обменом и потреблением услуг. Данная взаимосвязь представляет собой процесс воспроизводства услуг, получивший название экономический кругооборот (см.

рис. 5). Целью распределения является продвижение услуги к потребителю согласно определенным критериям.

Рис. 5. Процесс воспроизводства услуг

Потребление и производство, являясь взаимосвязанными и противоположными процессами, неизбежно вступают в противоречие. Потребности людей безграничны. Ресурсы, необходимые для их удовлетворения - ограничены. Значит нужно стремиться использовать ресурсы максимально оптимально, чтобы удовлетворить с их помощью как можно больше потребностей. Нужно выбирать, какие ресурсы использовать и какие потребности с их помощью удовлетворять. Так возникает проблема экономического выбора – главная проблема, решаемая экономикой. ***Экономический выбор – поиск оптимального решения для максимизации степени удовлетворения потребностей в условиях ограниченного объема экономических ресурсов.*** Для решения проблемы экономического выбора необходимо ответить на три главных вопроса экономики:

ЧТО производить? То есть, какие товары (продукция, услуги, работы) и в каком количестве необходимо произвести и предложить потребителям, для удовлетворения их текущих и будущих потребностей.

6. КАК производить? То есть, какой способ производства товаров, какие технологии следует применять, как оптимально комбинировать ресурсы при производстве товаров.
7. ДЛЯ КОГО производить? То есть, кто получит произведенные товары, каким образом они будут распределяться среди потребителей.

Одним из важнейших экономических показателей является валовой внутренний продукт. *Валовой внутренний продукт или ВВП (Gross Domestic Product, GDP) – рыночная стоимость всех конечных товаров произведенных за год во всех отраслях экономики на территории государства, вне зависимости от национальной принадлежности использованных при этом факторов производства.*

Впервые понятие ВВП предложил в 1934 году американский экономист Саймон Кузнец.

Выделяют два вида валового внутреннего продукта:

8. Номинальный ВВП – выражен в текущих рыночных ценах;
9. Реальный ВВП – номинальный ВВП с поправкой на инфляцию.

Существует три основных метода расчета ВВП:

– По доходам – как сумма всех доходов в обществе за период;
– По расходам - как сумма всех расходов понесенных обществом за периодом;
– По добавленной стоимости – как сумма добавленных стоимостей во всех отраслях.

ВВП важен потому, что он является основным показателем, на основе которого в большинстве случаев определяется уровень и темпы экономического роста страны. Рост ВВП, как правило, сопровождается увеличением числа рабочих мест, повышением уровня деловой активности, ростом потребления товаров и улучшением качества жизни. Динамика ВВП служит основой определения периода экономического (делового) цикла, на котором в данный момент находится экономика государства. Впрочем, стоит отметить, что не всегда рост ВВП сопровождается ростом социального или даже экономического благосостояния общества. Против слепой веры в объективность ВВП как индикатора общего благосостояния предостерегают многие авторитетные экономисты.

Основные факторы роста ВВП:

– вовлечение в производство дополнительных ресурсов;
– увеличение производительности оборудования (за счет научно-технического прогресса);
– использование более прогрессивных технологий и более квалифицированного труда.

Сущность рынка находит свое выражение в главных его экономических функциях. Важнейшие функции рынка:

– Саморегулирования производства – предполагает согласование производства и потребления, а также поддержание сбалансированного спроса и предложения по объему и цене.
– Стимулирующая, состоящая в побуждении производителей к созданию новой продукции с наименьшими издержками и максимальной прибылью.
– Регулирующая, предполагающая обеспечение определенной пропорциональности в производстве и обмене между сферами национального хозяйства.

Регулируемый рынок – это результат цивилизации и гуманизации общества, когда государство стремится смягчить удары рынка, но не настолько, чтобы свести на нет мотивацию к труду. Рынок может регулироваться с помощью своего собственного рыночного механизма или государством (прямо или косвенно).

Экономичности, предполагающая сокращение издержек обращения в сфере потребления, в соразмерности спроса с величиной заработной платы.

– Эквивалентная – рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда отдельного производителя с общественным эталоном, соизмеряя затраты и результаты. Таким образом выявляется ценность товара.
– Демократизации хозяйственной деятельности, состоящая в освобождении общественного производства от нежизнеспособных его элементов.

История развития рынка позволяет выделить следующие типы:

– Неразвитый;
– Свободный (классический).
– Регулируемый.
– Деформируемый.

Теория секторов, или структурных изменений, была разработана в 19301940-е годы Аланом Фишером, Колином Кларком и Жаном Фурастье. А. Фишер в своей статье от 1935 года выделил три сектора экономики:

– Первичный сектор экономики – добыча сырья, сельское хозяйство, горнодобывающая, рыбная и лесная промышленность.
– Вторичный сектор экономики – промышленное производство и строительство.
– Третичный сектор экономики – сфера услуг, образование и туризм.

А К. Кларк в своей работе "Условия экономического прогресса" от 1940 года связывал изменения в секторальной структуре производства и занятости с выявленными статистикой изменениями в структуре потребительского спроса: по мере роста душевого дохода спрос на продукцию сельского хозяйства постепенно снижается; на промышленные товары – сначала увеличивается, а затем по достижении известного уровня насыщения рынка сокращается; на услуги – постоянно растёт. В соответствии с изменениями в структуре потребительского спроса исторически преимущественное развитие сначала получает первичный сектор экономики, затем вторичный и наконец третичный.

Такое описание экономики было приемлемо для исследования систем городов развитых стран до начала 60-х годов. Технологическая и организационная революция, породившая постиндустриальное общество, привела и к существенному размыванию границ между вторичным и третичным секторами. Произошло выделение особого вида услуг, которые, по существу, являются промежуточными факторами производства, например, финансовое

обслуживание предприятий, исследование и оформление патентов, организация труда, реклама. Они становятся необходимыми компонентами в производстве вторичного сектора. В то же время по типу деятельности они ближе к отраслям третичного сектора. Поэтому их выделяют в *четвертичный сектор*, к которому относятся финансовое и юридическое обслуживание, информационные услуги.

Согласно теории структурных изменений Фишера-Кларка, с развитием общества происходит смещение фокуса с первичного сектора к вторичному, а затем и к третичному. Ученые считали, что это связано с изменением характера потребительского спроса. С увеличением дохода на душу населения спрос на сельскохозяйственную продукцию снижается, на промышленную продукцию – сначала возрастает, а потом начинает падать, а вот на услуги – постоянно становится больше.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 1. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И СРЕДСТВА ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ/Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать систему знаний об основных закономерностях развития потребностей;
- рассмотреть виды личных потребностей и их классификация, Теория предельной полезности, потребности общества и их удовлетворение;
- рассмотреть формирование и развитие общественных потребностей, производство и потребности общества, закон взаимосвязи производства и потребностей общества.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Закономерности развития потребностей подчиняются закону возрастания потребностей. Закон возрастающих потребностей. Общая характеристика потребностей, Закон возрастающих потребностей, Виды личных потребностей и их классификация,	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Теория предельной полезности, потребности общества и их удовлетворение, Формирование и развитие общественных потребностей, производство и потребности общества, Закон взаимосвязи производства и потребностей общества	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

2. Тема лекционного занятия: Тема 1.2 **Потребности человека с точки зрения экономики**

Одной из основных характеристик современной социальной среды является рынок. В современной российской культуре специалисты столкнулись с ситуацией, когда для достижения успеха в той или иной деятельности недостаточно обладать знаниями и умениями для выполнения каких-то поставленных задач, необходима способность вступать в «состязание» со многими другими специалистами. В современной культуре мы становимся свидетелями, когда рыночные отношения не только проникают в экономику, но и влияют на формирование современного человека. В таких условиях каждый стремится полнее использовать свои силы, что предполагает, во-первых, глубокое постижение окружающей социальной реальности, во-вторых, изменение ее посредством активной собственной деятельности.

Главным действующим лицом все в большей степени становится конкретный потребитель, отличающийся своеобразием темперамента, характера, особенностями мотивационной и потребностной сфер. Именно он и его ближайшее окружение решают, какие товары (услуги) приобрести, где и как учиться, лечиться, отдыхать и. Производители должны отыскивать потребителей, выяснять их конкретные потребности и затем создавать товары и услуги для более полного удовлетворения этих потребностей. Причем этот процесс распространяется не только на вещественные товары и услуги, но и на организации, виды деятельности, идеи, персоны (Котлер Ф.). Именно потребитель решает, какую именно передачу посмотреть по телевидению или послушать по радио (информационную, образовательную, развлекательную), где и как отдохнуть, какие идеи поддержать.

Главной фигурой «общества потребления» является потребитель. Его требования (если они социально безопасны) обладают приоритетом над возможностями производителя, и защищаются установлениями государства и общества.

Важнейшими достижениями «общества потребления» могут считаться:

- последовательное претворение в жизнь идей свободы торговли, что привело к созданию международного рынка товаров и услуг. Потребитель в любой стране может приобретать товар, произведенный в любой стране; следствием этого является резкое обострение конкуренции производителей, усиление их борьбы за повышение качества продукции и конкурентные цены, за снижение сроков выхода товара на рынок и в то же время за усиление кооперации и сотрудничества в производстве и продвижении товаров на рынок; - развитие систем государственной и общественной защиты прав потребителей на качественную продукцию и услуги. Эти системы защиты не только позволяют потребителю взыскивать с производителя ущерб за недоброкачественную продукцию и услуги, но и предупреждают появление такой продукции на рынке, а также ограничивают монополизацию рынка производителем. Следствием этого является необходимость производителя предоставлять потребителю систему доказательств качества товара еще до того, как потребитель этот товар приобрел;
- достаточно высокий уровень самосознания потребителей, которые согласны платить за качество и готовы сотрудничать с производителем в целях его повышения.

«Потребитель, а не компания находится в центре. Компании вращаются вокруг клиента, а не наоборот» (Р. Кейт). Центральная фигура потребителя на современном рынке потребовала детального и глубокого изучения особенностей его поведения в диалоге «товар – покупатель», «услуга - исполнитель».

Работа с потребителем – анализ, прогноз, по сути, управление его поведением – повседневная составляющая профессиональной деятельности каждого специалиста, занятого в сфере продаж различных товаров и услуг. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции в России работа с потребителями становится все более актуальной. Значимость

потребителя и успех работы с ним становятся все более важными для каждого предпринимателя, поскольку он удовлетворяет желания и потребности покупателя.
Потребитель – это физическое лицо, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли.
Исполнитель услуги – это организация независимо от ее организационноправовой формы, а также индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору.
По постановлению Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации":
5. Исполнитель - организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, предоставляющие потребителю гостиничные услуги.
6. Потребитель - гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий и (или) использующий гостиничные услуги исключительно для личных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. ***Многие мыслители изучали проблему соотношения человеческих потребностей и условий его жизни. Человек в их представлении – целостная система, функционирующая по принципу трехуровневой пирамиды удовлетворения потребностей: низший уровень – телесный (греч. soma– тело), средний – психический (греч. psyche– душа) и высший – духовный (греч. nous – дух).*** Основное противоречие хозяйственной деятельности является источником прогресса (движения вперед) человеческой цивилизации. Чтобы понять, как совершается этот прогресс, нам потребуется выявить движущие силы производства. Исключительно важная роль человека в экономике состоит в научно техническом и интеллектуальном творчестве.
Материальные потребности можно назвать **экономическими потребностями.** Они выражаются в том, что мы хотим различных экономических благ. В свою очередь, **экономические блага -** это материальные и нематериальные предметы, точнее, свойства этих предметов, способные удовлетворять экономические потребности. Экономические потребности – одна из основополагающих категорий в экономической теории. Человечество устроено так, что его экономические потребности обычно превышают возможности производства благ. Говорят даже о законе (принципе) возвышения потребностей, который означает, что потребности растут быстрее производства благ. Во многом это происходит потому, что по мере удовлетворения одних потребностей у нас тут же возникают другие.

Рис. 6. Структура факторов производства

В процессе экономической деятельности создаются различного рода материальные блага, которые удовлетворяют потребности людей. Вопрос о том, в какой степени общественное производство должно удовлетворять потребности человека, формирует достаточно сложную научную проблему.

Рис. 7. Структура общественного производства

Так, в традиционном обществе большинство его членов испытывает потребности прежде всего в **продуктах первой необходимости.** Это потребности преимущественно в пище, одежде, жилье, простейших услугах. Однако еще в XIX в. прусский статистик Эрнест Энгель доказал, что существует прямая связь между типом покупаемых товаров и услуг и уровнем дохода

потребителей. Согласно его утверждениям, подтвержденным практикой, с увеличением абсолютного размера дохода доля, расходуемая на товары и услуги первой необходимости, уменьшается, а доля расходов на менее необходимые продукты увеличивается. Самая первая потребность, притом ежедневная, – это потребность в пище. *Закон Эрнеста Энгеля находит выражение в том, что с ростом доходов уменьшается их доля, идущая на покупку продовольствия, и увеличивается та часть доходов, которая расходуется на приобретение других товаров (особенно услуг), являющихся продуктами не первой необходимости.*

Совокупность всех продуктов, произведенных для удовлетворения материальных благ, называется **продукцией.**

В конечном счете мы приходим к выводу, что если рост экономических потребностей постоянно обгоняет производство экономических благ, то эти потребности до конца неутолимы, безграничны.

Другой вывод – экономические блага ограниченны (редки, по терминологии экономической теории), т.е. меньше потребностей в них. Это ограничение связано с тем, что производство экономических благ сталкивается с ограниченностью запасов многих природных ресурсов, частой нехваткой рабочей силы (особенно квалифицированной), недостаточностью производственных мощностей и финансов, случаями плохой организации производства, отсутствием технологий и других знаний для производства того или иного блага. Говоря по-другому, производство экономических благ отстает от экономических потребностей из-за ограниченности экономических ресурсов.

С точки зрения ограниченности благ по отношению к нашим потребностям мы говорим об экономических благах. ***Экономические блага*** *– это результаты экономической деятельности, которые можно получить в ограниченном количестве по сравнению с потребностями.*

Экономические блага включают в себя две категории: **товары и услуги.** Но есть и такие блага, которые по сравнению с потребностями имеются в неограниченном количестве (например, воздух, вода, солнечный свет). Они предоставляются природой без приложения человеком усилий. Такие блага существуют в природе «свободно», в неограниченном количестве и называются **неэкономическими** или **даровыми.**

И все же основной круг потребностей людей удовлетворяется за счет не даровых, а экономических благ, т.е. тех благ, объем которых:

□ недостаточен для удовлетворения потребностей людей в полной мере; □ может быть увеличен лишь путем дополнительных затрат; □ приходится тем или иным способом распределять.

С точки зрения потребления благ их подразделяют на **потребительские** и **производственные.** Иногда они называются предметами потребления и средствами производства. Потребительские блага предназначены для непосредственного удовлетворения человеческих потребностей. Это те самые конечные товары и услуги, которые необходимы людям. Производственные блага – это используемые в процессе производства ресурсы (станки, механизмы, машины, оборудование, здания, земля, профессиональные навыки (квалификация).

С точки зрения вещественного содержания, экономические блага делятся на материальные и нематериальные. **Материальные блага** можно осязать. Это вещи, которые могут накапливаться и храниться длительное время. Исходя из срока использования, различают материальные блага длительного, текущего и разового пользования. **Нематериальные блага** представлены услугами, а также такими условиями жизни, как здоровье, способности человека, деловые качества, профессиональное мастерство. В отличие от материальных благ, услуги – специфический продукт труда, который в основном не приобретает вещественной формы и стоимость которого заключается в полезном эффекте живого труда.

Полезный эффект услуг не существует отдельно от его производства, что и определяет принципиальное отличие услуги от вещественного продукта. Услуги невозможно накопить, а

процесс их производства и потребления совпадает во времени. Однако результаты от потребления предоставляемых услуг могут быть и материальными.

Существует множество видов услуг, которые делятся условно на:

1. Коммуникационные – услуги транспорта, связи.
2. Распределительные – торговля, сбыт, складское хозяйство.
3. Деловые – финансовые, страховые услуги, услуги аудита, лизинга, маркетинга.
4. Социальные – образование, здравоохранение, искусство, культура, социальное обеспечение.
5. Общественные – услуги органов государственной власти (обеспечение стабильности в обществе) и другие.

В зависимости от характера потребления экономические блага делятся на частные и общественные.

6. Частное благо предоставляется потребителю с учетом его индивидуального спроса. Такое благо делимо, оно принадлежит индивиду на правах частной собственности, может наследоваться и обмениваться. Частное благо предоставляется тому, кто за него заплатил.
7. Общественные блага неделимы и принадлежат обществу. Во-первых, это национальная оборона, охрана окружающей среды, законотворчество, общественный транспорт и порядок, т.е. те блага, которыми пользуются все без исключения граждане страны.

Среди благ выделяют также взаимозаменяемые и взаимодополняемые блага. **Взаимозаменяемые блага** называются субститутами. Эти блага удовлетворяют одну и ту же потребность и замещают друг друга в процессе потребления (белый и черный хлеб, мясо и рыба и т.д.). **Взаимодополняемые блага** или комплементы дополняют друг друга в процессе потребления (автомобиль, бензин).

При всем этом экономические блага делятся на нормальные и низшие.

К нормальным благам относятся те блага, потребление которых увеличивается с ростом благосостояния (доходов) потребителей.

Низшие блага обладают противоположной закономерностью. При росте доходов их потребление уменьшается, а при уменьшении дохода – увеличивается (картофель и хлеб).

Под потребностями, которые являются главным источником активности личности, понимают особое внутреннее (субъективное) ощущение нужды человека, определяющее его зависимость от определенных условий и средств существования. Сама же активность, направленная на удовлетворение потребностей человека и регулируемая осознанной целью, называется деятельностью. Источниками активности личности как внутренней побуждающей силы направленной на удовлетворение различных потребностей являются: органические и материальные потребности (еда, одежда, защита и т.д.); духовные и культурные (познавательные, эстетические, социальные). **Потребности** – недостаток или нужда в чем то, необходимом для жизнедеятельности людей. **Человеческие потребности** – чувство необходимости удовлетворения основных надобностей (ощущение нехватки чего-либо). Потребность, направленная на конкретный объект, способный удовлетворить ее, приобретает форму **желания**. Потребности человека находят отражение в наиболее стойких и жизненно важных зависимостях организма и среды, а система потребностей человека формируется под воздействием следующих факторов: социальных условий жизни людей, уровня развития производства и научно-технического прогресса. В психологии потребности изучаются в трех аспектах: как объект, как состояние и как свойство (более подробно описание этих значений представлено в таблице). Потребности человека имеют важные отличительные особенности, которые выделяют его из всего животного мира. В чем они состоят? *Первая особенность*. Потребности людей **изменяются исторически количественно и качественно**. Эти изменения заметны при переходе от одной эпохи развития экономики и культуры общества к другой. Возьмем, допустим, людей, живших в начале прошлого века. Они даже в своих фантазиях не предполагали, что могут быть такие необыкновенные вещи, которые для наших современников стали привычными, – телевизоры, компьютеры, космические станции и многое другое. *Вторая особенность*. Запросы человека очень **меняются на протяжении всей его**

жизни. Одно дело младенец, испытывающий преимущественно физиологические нужды, и совершенно другое – взрослый человек, овладевший определенной специальностью.
Третья особенность. У людей даже одного возраста очень часто потребности, запросы, предпочтения **не совпадают**. Не случайно в России в ходу народные поговорки и выражения: «На вкус и на цвет товарищей нет», «О вкусах не спорят». *Четвертая особенность*. Современная цивилизация (уровень материальной и духовной культуры) знает **несколько уровней потребностей** человека:

- физиологические потребности (в пище, воде, жилье и др.);
- потребность в безопасности (защите от внешних врагов и преступников, помощи при болезни, защите от нищеты);
- потребность в социальных контактах (общении с людьми, имеющими те же интересы; в дружбе и любви);
- потребность в уважении (уважении со стороны других людей, самоуважении, в приобретении определенного общественного положения);
- потребность в саморазвитии (в совершенствовании всех возможностей и способностей человека).

Пять типов покупательских потребностей

- Заявленные потребности – покупатель хотел бы оплатить недорогой гостиничный номер / недорогую турпутевку.
- Действительные потребности – покупатель хочет оплатить недорогой гостиничный номер / недорогую турпутевку.
- Незаявленные потребности – покупатель ожидает хорошего обслуживания со стороны гостиницы/турфирмы.
- Потребность в восхищении – покупатель хотел бы получить в подарок бонусную карту гостиницы/скидку на тур.
- Тайные потребности – покупатель, стремиться выглядеть в глазах знакомых и друзей дальновидным, сообразительным потребителем.

Основы потребительского поведения.

Покупательское поведение индивидуального потребителя – это поведение конечного потребителя, покупающего товары и услуги для личного потребления.
Потребительский рынок – совокупность всех индивидуальных покупателей – как отдельных, так и домохозяйств – приобретающих товары и услуги для личного потребления.
Ежедневно потребители принимают множество решений о том, что купить. Большинство крупных компаний исследуют процесс принятия решения о покупке, чтобы узнать: что, где, как и почему покупают потребители.
Индивидуальные потребители – отдельные лица и домохозяйства, покупающие или приобретающие иным способом товары и услуги для личного потребления.

Рис. 8. Виды потребностей

Рассмотрим некоторые факторы, оказывающие влияние на поведение индивидуального потребителя, более подробно.

- **Культура** – основная первопричина определения потребностей и поведения человека. Культура зависит от определенного исторического уровня, различается в разных странах, в зависимости от социального класса. Человеческое поведение – вещь благоприобретенная.
- **Субкультура –** это проявление культуры людей других национальностей, религиозных групп, представителей других регионов страны, других рас в рамках основной культуры на определенной территории.

- **Общественные классы** – сравнительно стабильные группы в рамках общества, располагающиеся в иерархическом порядке и характеризующиеся наличием у их членов схожих ценностных представлений интересов в поведении.

Таблица 1

Значение потребностей в психологии

Потребность в качестве	Понимание потребности
объекта	потребность понимается как необходимость (нужда) для комфортного существования и нормальной деятельности (и жизнедеятельности) человека
состояния	потребности изучается с точки зрения состояний человеческой психики, в котором находит отражение отсутствие (или нехватка) чего-то
свойства	потребность рассматривается в качестве фундаментального свойства личности, которое определяет ее отношения к окружающей действительности

В психологии проблема потребностей рассматривалась многими учеными, поэтому на сегодняшний день существует достаточно много различных теорий, которые под потребностями понимали и нужду, и состояние, и процесс удовлетворения.

Платонов видел в потребностях в первую очередь нужду (точнее психическое явление отражения нужд организма или личности).

Д.А. Леонтьев рассматривал потребности через призму деятельности, в которой она находит свою реализацию (удовлетворение).

Известный психолог прошлого столетия Курт Левин понимал под потребностями в первую очередь динамическое состояние, которое возникает у человека в момент осуществления ним какого-то действия или намерения.

Анализ различных подходов и теорий в изучении данной проблемы позволяет говорить о том, что в психологии потребность рассматривалась в следующих аспектах:

- как нужда (Л.И. Божович, В.И. Ковалев, С.Л. Рубинштейн);
- как предмет удовлетворения нужды (А.Н. Леонтьев);
- как необходимость (Б.И. Додонов, В.А. Василенко);
- как отсутствие блага (В.С. Магун);
- как отношение (Д.А. Леонтьев, М.С. Каган);
- как нарушение стабильности (Д.А. Мак-Клелланд, В.Л. Оссовский);
- как состояние (К. Левин);
- как системная реакция личности (Е.П. Ильин).

Потребности человека в психологии понимаются как динамическиактивные состояния личности, которые составляют основу ее мотивационной сферы. А так как в процессе деятельности человека происходит не только развитие личности, но и изменения окружающей среды, потребности играют роль двигательной силы ее развития и здесь особое значение имеет их предметное содержание, а именно тот объем материальной и духовной культуры человечества, который влияет на формирование потребностей человека и их удовлетворение. Для того, что бы понять суть потребностей как двигательной силы необходимо учитывать ряд важных моментов, выделенных Е.П. Ильиным. Они заключаются в следующем:

- потребности организма человека нужно отделять от потребностей личности (при этом нужда, то есть потребность организма, может быть неосознаваемой или осознаваемой, а вот потребность личности всегда осознаваемая);
- потребность всегда связана с нуждой, под которой необходимо понимать не дефицит в чем-то, а желанность или нужность;
- из личностных потребностей невозможно исключение состояние потребности, которое является сигналом для выбора средства удовлетворения потребностей;
- появление потребности – механизм, который включает человеческую активность, направленную на поиск цели и ее достижение как необходимость удовлетворения возникшей потребности.

Потребности отличаются пассивно-активным характером, то есть, с одной стороны они обусловлены биологической природой человека и дефицитом определенных условий, а также средств его существования, а с другой – они детерминируют активность субъект на преодоление возникшего дефицита. Существенный аспект человеческих потребностей – это их общественноличностный характер, который находит свое проявление в мотивах, мотивации и, соответственно, во всей направленности личности.

Вне зависимости от вида потребности и ее направленности все они обладают следующими признаками:

- имеют свой предмет и являются осознанием нужды;
- содержание потребностей зависит в первую очередь от условий и способов их удовлетворения;
- они способны воспроизводиться.

В потребностях, формирующих поведение и деятельность человека, а также в производственных от них мотивах, интересах, стремлениях, желаниях, влечениях и ценностных ориентациях заключается основа поведения личности.

Любая потребность человека изначально представляет собой органичность переплетения биологических, физиологических и психологических процессов, что и обусловливает наличие многих видов потребностей, которые характеризуются силой, периодичностью возникновения и способами их удовлетворения.

Чаще всего в психологии выделяют следующие виды потребностей человека: в зависимости от происхождения выделяют естественные (или органические) и культурные потребности; по направленности различают материальные потребности и духовные; в зависимости от того, к какой сфере они относятся (сферы деятельности), выделяют потребности в общении, в труде, в отдыхе и в познании (или образовательные потребности); по объекту потребности могут быть биологическими, материальными и духовными (также выделяют еще и социальные потребности человека); по своему происхождению потребности могут быть эндогенными (возникают вод воздействием внутренних факторов) и экзогенными (вызываемые внешними раздражителями).

В психологической литературе также встречаются базовые, фундаментальные (или первичные) и вторичные потребности. Наибольшее внимание в психологии уделяется трем основным видам потребностей – материальным, духовным и социальным (или общественные потребности), которые описаны в таблице 2.

Таблица 2

Основные виды потребностей человека

Виды потребностей	Описание
Материальные	являются основой жизнедеятельности человека
Духовные	присущи только человеку и характеризуют уровень его развития
Социальные	являются отражением общественной природы человека, среди которых наиболее значимыми считаются потребности в труде и общении

Материальные потребности человека являются первичными, так как они – основа его жизнедеятельности. Действительно, для того чтобы человек мог жить ему необходимо питание, одежда и жилье и эти потребности были сформированы в процессе филогенеза. Духовные потребности (или идеальные) являются сугубо человеческими, так как отражают в первую очередь уровень развития личности. К ним относят эстетические, этические и потребности в познании.

Следует отметить, что и органические потребности, и духовные характеризуются динамичностью и взаимодействуют между собой, поэтому для формирования и развития духовных потребностей необходимо удовлетворение материальных (например, если человек не удовлетворяет потребность в пище, то он будет испытывать усталость, вялость, апатию и сонливость, что не может содействовать возникновению познавательной потребности).

Отдельно следует рассмотреть общественные потребности (или социальные), которые формируются и развиваются под воздействием социума и являются отражением общественной природы человека. Удовлетворение этой потребности необходимо абсолютно каждому человеку как социальному существу и соответственно как личности.

С того момента, как психология стала отдельной отраслью знаний множеством ученых было предпринято большое количество попыток классифицировать потребности. Все эти классификация очень разнообразны и в основном отражают лишь одну сторону проблемы. Именно поэтому, на сегодняшний день единая система потребностей человека, которая бы отвечала всем требованиям и интересам исследователей различных психологических школ и направлений, до сих пор не представлена научной общественности.

Автором первой классификации потребностей принято считать Эпикура, которые еще в 3 тыс. до н.э. поделил желания (или потребности) человека на такие группы:

- естественные желания человека и необходимые (без них невозможно прожить);
- естественные желание, но не являющиеся необходимыми (если нет возможности их удовлетворения, то это не приведет к неизбежной смерти человека);
- желания не являющиеся ни необходимыми, ни естественными (например стремление к славе).

Автор информационной теории эмоций П.В. Симонов потребности делил на биологические, социальные и идеальные, которые в свою очередь могут быть потребностями нужды (или

сохранения) и роста (или развития). Социальные потребности человека и идеальные по П.В. Симонову разделяются на потребности «для себя» и «для других».
Довольно интересна классификация потребностей, предложенная Эрихом Фроммом. Известный психоаналитик выделял следующие специфические социальные потребности человека:

- потребность человека в связях (принадлежность к группе);
- потребность в самоутверждении (чувство значимости);
- потребность в привязанности (потребность в теплых и ответных чувствах);
- потребность в самосознании (собственная индивидуальность); - потребность в системе ориентации и объектах поклонения

(принадлежность к культуре, нации, классу, религии).
Но наибольшую популярность среди всех существующих классификаций получила уникальная система потребностей человека американского психолога Абрахама Маслоу (более известная как иерархия потребностей или пирамида потребностей). В основу своей классификации представитель гуманистического направления в психологии положил принцип группировки потребностей по схожести в иерархической последовательности – от низших потребностей к высшим. Иерархия потребностей А. Маслоу для удобства восприятия представлена в виде таблицы.

Таблица 3
Иерархия потребностей по А. Маслоу

Основные группы	Потребности	Описание
Дополнительные психологические потребности	в самоактуализации (самореализации)	максимальная реализация всех потенций человека, его способностей и развитие личности
	эстетические	потребность в гармонии и красоте
	познавательные	стремление узнавать и познавать окружающую действительность
Основные психологические потребности	в уважении, самоуважении и оценке	потребность в успехе, одобрении, признания авторитета, компетентность и т.п.
	в любви и принадлежности	необходимость быть в общности, социуме, быть принятыми и признанными

	в безопасности	необходимость в защите, стабильности и безопасности
Физиологические потребности	физиологические или органические	потребности в пище, кислороде, питье, сне, половое влечении и т.п.

Предложив свою классификацию потребностей, А. Маслоу уточнил, что у человека не могут возникать высшие потребности (познавательные, эстетические и потребность в саморазвитие), если он не удовлетворил базовые
(органические) потребности. А.Г. Маслоу выделил 5 основных групп потребностей, выступающих в определенной последовательности, вытекающей из их важности и степени сложности. О пирамиде Маслоу следует помнить, задумываясь над предоставлением услуг гостиничного и турпредприятия.

Развитие потребностей человека можно анализировать в контексте общественно-исторического развития человечества и с позиции онтогенеза. Но следует отметить, что и в первом, и во втором случае исходными будут выступать материальные потребности. Это обусловлено тем, что именно они являются главным источником активности любого индивида, толкая его на максимальное взаимодействие с окружающей средой (и природной, и социальной)

На базе материальных потребностей развивались и трансформировались духовные потребности человека, например потребность в познании базировалась на удовлетворении потребностей в пище, одежде и жилье. Что касается эстетических потребностей, то они также формировались благодаря развитию и усовершенствованию процесса производства и различных средств жизни, которые были необходимы для обеспечения более комфортных условий для жизнедеятельности человека. Таким образом, формирование потребностей человека обусловливалось общественно-историческим развитием, в ходе которого все человеческие потребности развивались и дифференцировались.

Что же касается развития потребностей в течение жизненного пути человека (то есть в онтогенезе), то здесь также все начинается с удовлетворения естественных (органических) потребностей, которые обеспечивают установлению взаимоотношений между ребенком и взрослыми. В процессе удовлетворения базовых потребностей у детей формируются потребности в общении и познании, на основе которых появляются и другие социальные потребности. Важное влияние на развитие и формирование потребностей в детстве оказывает процесс воспитания, благодаря которому осуществляется коррекция и замещение деструктивных потребностей.

Развитие и формирование потребностей человека согласно мнению А.Г. Ковалева должно подчиняться следующим правилам:

- потребности возникают и укрепляются благодаря практике и систематичности потребления (то есть формирование по типу привычки);
- развитие потребностей возможно в условиях расширенного воспроизводства при наличии разнообразных средств и способов ее удовлетворения (возникновение потребностей в процессе деятельности);
- формирование потребностей происходит более комфортно, если необходимая для этого деятельность не будет изнурять ребенка (легкость, простота и положительный эмоциональный настрой);
- на развитие потребностей существенное влияние оказывает переход от репродуктивной деятельности к творческой;
- потребность будет укрепляться в том случае, если ребенок будет видеть ее значимость, как в личностном плане, так и в общественном (оценка и поощрение).

В решении вопроса о формировании потребностей человека необходимо вернуться к иерархии потребностей А. Маслоу, который утверждал, что все потребности человека заданы ему в иерархической организации по определенным уровням. Таким образом, у каждого человека с момента его рождения в процессе его взросления и развития личности будут последовательно проявляться семь классов (конечно же, это в идеале) потребностей, начиная от наиболее примитивных (физиологических) потребностей и заканчивая потребностью в самоактуализации (стремлении к максимальной реализации личностью всех своих потенций, наиболее полной жизни), причем некоторые аспекты этой потребности начинают проявляться не раньше подросткового периода.

По мнению А. Маслоу, жизнь человека на более высоком уровне потребностей обеспечивает ему наибольшую биологическую эффективность и соответственно более продолжительную жизнь, крепче здоровье, лучше сон и аппетит. Таким образом, цель удовлетворения потребностей базовых – стремление к возникновению у человека высших потребностей (в познании, в саморазвитии и самоактуализации).

Удовлетворение потребностей человека является важным условием не только для комфортного его существования, но и для его выживания, ведь если не удовлетворять органические потребности человек погибнет в биологическом смысле, а если не удовлетворять духовные потребности – то умирает личность как социальное образование. Люди, удовлетворяя разные потребности, обучаются различным способам и усваивают разнообразные средства для достижения этой цели. Поэтому в зависимости от окружающей среды, условий и самой личности цель удовлетворения потребностей и способы для ее достижения будут различаться.

В психологии наиболее популярные способы и средства удовлетворения потребностей заключаются:

1. в механизме формирования индивидуальных для человека способов удовлетворения своих потребностей (в процессе научения, формирования различных связей между раздражителями и последующей аналогии);
2. в процессе индивидуализации способов и средств удовлетворения базовых потребностей, которые выступают в качестве механизмов развития и формирования новых потребностей (сами способы удовлетворения потребностей могут превратиться в них самих, то есть появляются новые потребности);
3. в конкретизации способов и средств удовлетворения потребностей (происходит закрепление одного способа или же нескольких, с помощью которых происходит удовлетворение потребностей человека);
4. в процессе ментализации потребностей (осознание содержания или некоторых аспектов потребности);
5. в социализации способов и средств удовлетворения потребностей (происходит их подчинение ценностям культуры и нормам общества).

Итак, в основе любой деятельности и активности человека всегда лежит какая-нибудь потребность, которая находит свое проявление в мотивах и именно потребности являются побуждающей силой, которая толкает человека к движению и развитию.

Сервисные организации существуют для того, чтобы предоставлять услуги покупателям. Это является основой их миссии, стратегии и политики. Система действий предусматривает разработку пакета услуг и систему доставки совместно с маркетинговыми, финансовыми и людскими ресурсами. В другие функции входит ежедневная работа самой системы, а также развертывание ресурсов для того, чтобы производить услугу (и) и осуществлять затраты на обучение персонала.

Система доставки услуг может рассматриваться в виде двух составляющих - основное пространство и подсобное пространство. Основное пространство является видимой для покупателя частью системы доставки. В этой части покупатель взаимодействует с работниками сервисной организации и вступает в контакт со средствами обслуживания и технологическими процессами. Подсобное, или закулисное, пространство является невидимым для покупателя и представляет собой весь персонал, средства обслуживания,

оборудование и процессы, которые поддерживают работу персонала и процессы, осуществляемые в основном пространстве. Воображаемая "линия видимости" разделяет систему доставки на две части. То, что находится ниже этой линии, не имеет отношения к покупателю; но ошибки в подсобном пространстве могут серьезно воздействовать на основное пространство и удовлетворение потребности покупателя .

Услуга может состоять из осязаемых операций, воздействующих на определенный орган покупателей (услуги дантиста), осязаемых операций, воздействующих на их материальное имущество (ремонт автомобиля), неосязаемых действий, направленных на их умы (развлекательные программы), или неосязаемых действий, направленных на их неосязаемое имущество (банковские инвестиции).

- Воздействие на людей: осязаемые действия, направленные на тело покупателя. Эти услуги требуют физического присутствия клиента на протяжении всего процесса обслуживания, например операция по трансплантации сердца или путешествие воздушным путем. В таких случаях покупатель будет иметь тесный контакт с сервисной организацией, ее служащими и средствами обслуживания в течение довольно продолжительного времени.
- Воздействие на имущество: осязаемые действия, направленные на материальные активы покупателя. Эти услуги требуют присутствия материального объекта, но не обязательно самого покупателя. Обычно покупатель оставляет свою вещь или вызывает работника сервисной службы на дом; тот дает необходимую информацию о порядке предоставления услуги и не нуждается в физическом присутствии покупателя до тех пор, пока услуга не завершена. Ремонт автомобиля, планировка ландшафта и уход за газоном являются примерами. Если покупатель сам не настаивает на своем присутствии во время оказания услуги, продолжительность взаимодействия работника сервиса и клиента, как правило, невелика.
- Действия, направленные на умы: неосязаемые действия, направленные на мышление покупателя. При предоставлении этих услуг клиент должен присутствовать ментально, его физическое присутствие не обязательно. В некоторых областях сервиса, таких как телевидение или радиовещание, полученное сообщение является единственным контактом покупателя с сервисной организацией. Для других, таких как традиционные образовательные институты, концерты и врачебные консультации, требуется физическое присутствие клиента. Поэтому в последнем случае действия человека, оказывающего услуги, и его поведение определяют восприятие клиентом получаемой услуги. В дополнение ко всему, если покупатель находится в сервисной организации, физическое окружение, а также политика организации и другие клиенты могут играть важную роль в формировании этого восприятия.
- Обработка информации: неосязаемые действия, направленные на неосязаемые активы покупателя. Это такие услуги, которые имеют дело с финансами покупателя, его записями, данными и т.п. После того как покупатель осуществляет контакт с обслуживающей организацией и заказывает услугу, в его присутствии или вовлечении нет необходимости. Природа таких услуг и современный уровень технологии делает физический контакт с обслуживающей организацией почти ненужным. Многие банковские услуги, например, могут быть оказаны по телефону или электронной почте. Однако еще остаются услуги, которые многие люди предпочитают получать лично, такие как открытие банковского счета или обращение за займом. Конечными продуктами системы услуг являются увеличение количества покупателей или их активы, которые растут в своей стоимости. Роль менеджера по обслуживанию заключается в том, чтобы отслеживать и контролировать процесс обслуживания, основанный на обратной связи с потребителями, для того чтобы убедиться, что потребности покупателей и представления обслуживающего персонала об этих потребностях совпадают. Другими словами, обратная связь с покупателями является своего рода гарантией качества.

Покупатель входит в контакт с обслуживающей организацией, где его тело, ум, активы или информация обрабатываются. На этом этапе главным образом и возникают проблемы. Удовлетворен покупатель обслуживанием или нет - зависит от процесса оказания услуг.

Момент оказания услуг также известен как "момент истины", иными словами: во время любого контакта с любой частью сервисной организации покупатель получает впечатление о качестве ее услуг.

Следует подчеркнуть, что услуга может оказываться практически в любое время в любом месте. Вот некоторые очевидные "моменты истины": покупатель входит в сервисную организацию, спрашивает указания у служащего, получает формы для заполнения или находится в контакте со служащим в течение всего времени выполнения услуги. Покупатель испытывает воздействие со стороны сервисной фирмы, когда видит ее рекламу или принадлежащий ей транспорт, читает о ней заметку в газете, слышит разговоры о ней или ее услугах, а также когда получает счет за услугу. Возможно, наиболее важным для менеджеров является то, что с кем бы или с чем бы покупатель ни входил в контакт при оказании услуг, это дает ему представление о компании в целом. Другими словами, когда служащий плохо обходится с покупателем, покупатель не думает о том, что он столкнулся с грубым человеком, работающим на эту компанию, он думает, что имеет дело с "грубой" компанией. Когда покупатель сидит в грязном зале ожидания, он видит "грязную" компанию, а не плохую работу уборщицы. Когда технический работник не в состоянии показать тарифы телеграфных услуг, клиент приходит к выводу, что компания ненадежна.

Большинство людей вспоминают о сервисной организации только тогда, когда им необходимы ее услуги, и контакт с сервисной фирмой длится, как правило, недолго. Но даже за это время организация может произвести хорошее впечатление на покупателя. Однако существует также возможность совершить ошибку и потерять клиента. Поэтому оказание услуг должно весьма тщательно проектироваться и соответственно управляться.

Оказание услуг может представлять собой очень простые или очень сложные процессы. Обычно услуги состоят не из одного эпизода, а из серии эпизодов.

Для большинства организаций такие моменты взаимодействия с покупателями являются временем, когда можно все создать или все разрушить. Мы можем рассмотреть эти "моменты" с помощью следующих характеристик.

- Целенаправленность услуг. Независимо от того кто их инициирует, все услуги ориентированы на определенную цель. Больной человек идет к врачу, чтобы поставить диагноз и вылечиться. Коммерческая реклама на телевидении нацелена на настоящих и потенциальных покупателей.
- Служащие сервисной фирмы - не альтруисты. Большая часть оказания услуг является частью ежедневной рабочей жизни служащих сервисных фирм. Первичной целью служащих является исполнение обязанностей, за которые им платят. Поэтому для них оказание услуг является "работой". Возможно, что покупатель также находится на работе во время оказания услуг. Например, секретарша может звонить технику, чтобы он пришел починить ксерокс в ее офисе.
- Предварительного знакомства не требуется. Во многих случаях покупатель и сервисный служащий являются незнакомыми людьми. Примером является покупка билета в театральной кассе, обращение к водителю за справкой о направлении движения или покупка сандвича в ресторане быстрого питания. У этих услуг обычно нет долгосрочных последствий. Однако другие виды оказания услуг могут потребовать предоставления покупателем как можно большей информации о себе. Например, пациент, посещающий дантиста первый раз, должен сообщить не только свое имя, но также и другие важные данные, такие как адрес, номер телефона, возраст, сведения о наличии аллергии на лекарства, название страховой компании, записи о предыдущей работе дантиста и т.д. То есть, пациент и дантист больше не являются незнакомцами.
- Время обслуживания ограничено содержанием услуги. Хотя приветствия, учтивость и небольшой разговор могут быть частью оказания услуг, время, затраченное на посторонние темы, обычно весьма ограничено. Масштаб взаимодействия между покупателем и служащим, предоставляющим услугу, определен природой задачи данной услуги. Обычно врач не станет

обсуждать с пациентом, как тот ремонтировал свою машину, а автомеханик не будет давать медицинский совет.

- Доминирует обмен информацией, связанной с заданием. Чаще всего взаимодействие клиента и сервисного служащего требует обмена информацией. Хотя некоторые информационные установки могут включать обмен информацией, не связанной с заданием, информация, связанная с заданием, является обязательной и приоритетной. Например, в салоне красоты клиент может поговорить с косметологом о погоде или спорте, т.е. доминирует обмен информацией, не связанной с заданием. Однако информация, связанная с заданием, - например, насколько клиент хочет укоротить свои волосы, какой он предпочитает стиль и нуждается ли в мытье головы, должна обсуждаться в первую очередь. Другая противоположность, когда доминирует обмен информацией, непосредственно связанной с заданием, и только он. Например, телефонные переговоры между финансовым советником и его клиентом будут, вероятно, направлены на выработку общей точки зрения и на требования покупателя. В некоторых случаях может оказаться сложным разделить две эти крайности. Рассмотрим в качестве примера агента туристического бюро, составляющего пакет мест отдыха для супружеской пары. В дополнение к информации о маршруте агент может подробно рассказать о своем собственном отдыхе в тех местах, куда собирается отправить эту пару. Такой разговор может считаться "небольшой беседой", хотя он также может предоставить покупателям полезную информацию.
- Роли клиента и сервисного служащего точно определены. Для эффективного и квалифицированного исполнения услуги взаимодействие покупателя и служащего требует определенных правил поведения. Уместным правилам обычно учит жизненный опыт; в противном случае сервисный служащий может подсказать клиенту, как приспособиться к таким правилам. При проектировании ландшафта покупатель рассказывает подрядчику о том, как должен выглядеть газон и сад, какой тип цветов высаживать и т.п., и предполагает, что подрядчик будет следовать этим инструкциям. Однако во время взаимодействия врача и пациента роли меняются - пациент отвечает на вопросы, и предполагается, что он будет следовать инструкциям доктора.
- Может иметь место временная дифференциация статуса. Важной характеристикой некоторых услуг является то, что они влекут за собой временное изменение "нормального" социального статуса. Например, адвокат, который, как считается, обладает высоким социальным статусом, может работать на преступника, чей статус намного ниже.
- Оказание услуг предполагает взаимодействие четырех элементов: покупателя, работника сервисной фирмы, системы доставки и физического окружения. Покупатель является наиболее важным элементом в этом взаимодействии. Окончательной целью процесса оказания услуги должно быть удовлетворение потребности покупателя. Восприятие покупателем качества услуги, его полное удовлетворение услугой и решение повторить покупку, - все это в значительной степени зависит от его восприятия процесса оказания услуг. Поэтому разработка услуги и системы ее доставки должны быть организованы так, чтобы существовала возможность в наиболее эффективной форме знакомиться с потребностью покупателя. Различные характеристики оказания услуг, данные ранее, напоминают нам о том, что покупатель прежде всего человек. Он ожидает, что с ним будут обходиться так же вежливо и ему будет предоставлена такая же качественная услуга, как другим покупателям. Это основной минимум требований при оказании услуг, безотносительно их природы.

Однако чтобы добиться успеха, организация должна идти дальше этого минимума, особенно если услуга состоит из осязаемых действий, связанных с физическим состоянием человека. Необходимо проектировать процесс оказания таких услуг и управлять им с предельным вниманием, главным образом потому, что покупатель физически присутствует при оказании услуги, возможно, в течение продолжительного времени, и это дает ему возможность наблюдать за исполнением услуги и судить о ее качестве. Следовательно, комфорт покупателя, его безопасность и общее самочувствие должны быть главной заботой сервисной службы. Если услуга связана с имуществом покупателя и его присутствие во время обслуживания не

требуется, основные усилия сервисной организации будут направлены на эффективные операции, минимизирующие время и усилия, которые клиент должен тратить на приобретение услуги.

Потребитель покупает продукцию (товар, услугу) для того, чтобы удовлетворить свои специфические потребности, решить свои проблемы.

Перед тем как купить продукцию, потребитель делает глобальную оценку, основываясь на:

1. ценности продукции, которую он определяет исходя из способности этой продукции удовлетворить потребности и решить его проблемы;
2. цены, которую он должен заплатить, покупая и используя продукцию (цена, эксплуатационные расходы и издержки вследствие неисправностей). Потребитель сравнивает альтернативные предложения, устанавливая в каждом из них соотношение указанных составляющих.

Результаты деятельности организации и его положение на рынке с точки зрения конкурентоспособности зависят от двух фундаментальных составляющих:

3. ***качества цели*** (анализ и понимание запросов потребителя, определение целей качества как максимальной ценности для него);
4. ***качества исполнения*** (снижение дефектности продукции, т.е. «оказывать услугу правильно»).

Качество исполнения представляет собой важный элемент качества, поскольку конкуренция – это еще и затраты, а потребитель все меньше допускает возможность существования дефектов. Но только качества исполнения уже недостаточно для гарантии успеха предприятия. Качество цели характеризует новую составляющую качества, которая представляет ценность как главный фактор конкурентоспособности.

Удовлетворить запросы потребителя можно только в том случае, если «оказывать услугу правильно», т.е. посредством точного определения потребностей и посредством точного осуществления проекта. Только при этом предприятие ожидает успех в конкурентной борьбе.

С точки зрения экономики, потребности - это движущая сила процесса потребления. Потребление можно назвать деятельностью по удовлетворению потребностей.

Важнейшее содержание экономической деятельности - это производство и распределение материальных благ (товаров и услуг). Производство всегда находится в глубокой взаимосвязи с потреблением. Во-первых, потребление - это конечная цель производства. Во-вторых, производство одних благ оказывается в то же время потреблением других. Так, производство машин и механизмов, равно как и производство услуг всегда сопровождается потреблением сырья, ресурсов техники и оборудования, энергии, а также знаний и умений работников. Потребление каких-либо ресурсов означает в то же время производство товаров, услуг или воспроизводство человеческого организма, человеческой рабочей силы. *В процессе производства происходит, как взаимодействие человека с природой (это производительные силы), так и взаимодействие людей между собой, т.е. складываются* ***экономические отношения*** *- отношения по поводу производства, обмена, распределения, потребления благ.*

Их условно делят на *два типа*:

1. *Социально-экономические* – производственные отношения, включающие отношения собственности, определяющие, кому принадлежат основные факторы производства и результаты производства. Социально-экономические связи являются специфическими, они свойственны только одной исторической эпохе или общественному строю (первобытному, рабовладельческому, феодализму). Переход от одной конкретной формы собственности к другой означает смену экономической власти, из-за чего меняются и отношения между людьми в сферах производства, распределения, обмена и потребления благ.
2. *Организационно-экономические* - отношения по организации и управлению хозяйственной деятельностью. Они возникают потому, что общественное производство, распределение, обмен и потребление невозможны без определенной организации. При этом

решаются задачи: как разделить людей для выполнения отдельных работ и объединить всех занятых под единым началом, каким способом вести хозяйство и кто будет управлять производством.

В связи с этим организационно-экономические отношения подразделяются на виды:

- *разделение труда* – специализация производителей на изготовлении конкретной продукции;
- *кооперация труда* – объединение на основе добровольного членства для коллективного предпринимательства;
- *концентрация производства* – увеличение масштабов производства за счёт привлечения, объединения внешних и внутренних экономических ресурсов;
- *менеджмент организации* – формы и системы управления предпринимательской структурой.

Для осуществления процесса производства необходимы три элемента: труд человека, средства и предметы труда.

Труд – целесообразная деятельность человека, направленная на создание благ с целью удовлетворения потребностей.

Средства труда – орудия труда, используемые в производстве (здания, сооружения, станки, машины, оборудование).

Предметы труда – это то, на что воздействует человек в процессе хозяйственной деятельности.

Средства производства – совокупность средств труда и предметов труда.

Общественное богатство выступает результатом процесса воспроизводства. Традиционное понимание общественного богатства, восходящее к основоположникам классической школы, определяет его как воплощённый в материальных благах накопленный прошлый труд предшествующих и настоящего поколений. Современная экономическая мысль не зациклена на материальном содержании богатства. ***Согласно определению американского экономиста - П. Хейне, богатство – это всё, что люди ценят. Такое определение богатства позволяет включить в это понятие и природные ресурсы, и профессиональные знания, и способности человека, его свободное время.***

Поэтому в экономике принято разделять потребление на производственное, или производительное (создание товаров, обслуживание техники и оборудования) и непроизводственное, или непроизводительное, т.е. личное потребление. Личное потребление является прямым, непосредственным удовлетворением потребностей человека. Услуги, как известно, тоже разделяются на производственные и непроизводственные. К производственным относятся, например, транспортировка грузов, ремонт и техническое обслуживание оборудования. К непроизводственным, связанным с личным потреблением, - услуги здравоохранения, образования, культуры, туризма, спорта, отдыха и т.п.

Экономисты XVIII-X1X вв. рассматривали потребление как получение благ (материальных и духовных). Другая характеристика потребления давалась через понятие полезности. Как характеризовали экономисты полезность?

С точки зрения экономики, понятие «полезность» имеет несколько значений:

все то, что человек стремится получить, причем в максимальном объеме, исходя из соображений собственной потребительской выгоды;

способность вещи удовлетворять потребность, причем не обязательно принося при этом пользу (существуют потребности в таких вещах и услугах, которые считаются не очень полезными или просто вредными; в этом случае в качестве полезности рассматривается не объективно «полезное», а «желаемое», «приятное»; и т.п.);

основа для соизмерения благ (одни из них более полезны, другие - менее);

экономическое значение вещи, выраженное через систему субъективных оценок (вещь может быть экономически значима, пользоваться спросом потому, что ее считают нужной и полезной).

В современном обществе господствует товарное производство, а потребление товаров и услуг зависит от доходов - денежных средств, которыми человек располагает (хотя люди могут оказывать друг другу и бесплатные услуги, находящиеся за пределами системы товарного производства). Реально в экономике проявляются только те потребности, которые обеспечены денежными средствами и могут быть удовлетворены при существующем уровне доходов. Совокупность таких потребностей, сложившихся в данном обществе, создает платежеспособный спрос.

Спрос - это потребности, которые приобрели экономическое значение и реализуются на рынке через практические действия участников экономической деятельности - производителей и потребителей.

Спрос и потребности находятся в сложных отношениях. С одной стороны, спрос обычно является отражением потребности, с другой стороны, бывает, что потребность в товаре или услуге есть, а спроса на нее нет. Такие ситуации возникают или из-за недостаточной платежеспособности, или из-за моральных и правовых ограничений. Общество осуждает некоторые потребности и пути их удовлетворения (чаще всего это нелегитимные услуги, оскорбляющие нравственность или нарушающие закон). Потребность - явление, имеющее сложную биологическую и социальную природу. Спрос - это соответствующее ей экономическое явление, экономическое выражение потребности. В реальной экономической деятельности по производству товаров и услуг мы непосредственно сталкиваемся не с потребностями, а со спросом, в основе которого лежат потребности.

В практике сервисной деятельности разработаны приемы превращения потребности в спрос (так как только спрос приносит реальный доход производителю услуг): Снижение цены услуги, что делает ее доступной большему количеству потенциальных потребителей. Организация рекламы с целью признания более высокого уровня значимости (полезности) услуги для потребителя. В этом случае спрос повышается за счет механизмов моды: клиент готов направить свои средства на модные и популярные услуги.

Корректировка характера услуги: изменение ее содержания или сопровождение другими услугами, придание ей комплексного характера. Это, например, различные дополнительные услуги в торговле, туризме, образовании, банковском деле.

Платежеспособный спрос рассматривается в экономике как главная характеристика уровня жизни населения. Под уровнем жизни понимаются преимущественно экономические факторы (уровень доходов, спрос на товары и услуги). Социология пользуется и другим, более широким понятием - качество жизни. В понятие качества жизни включаются не только экономические аспекты, но и духовные, культурные факторы: уровень образования, широта интересов, состояние здоровья, культура труда, отдыха и общения. Все человеческие потребности так или иначе связаны с экономикой, материальным обеспечением жизни, но они не сводятся только к нему.

Современные экономисты разработали концепцию типов потребления,
т.е. стилей, или типов потребительского поведения людей.

Стиль потребительского поведения постоянно менялся на протяжении истории общества, так как изменялись, во-первых, потребности человека и, вовторых, способы и возможности их удовлетворения.

В соответствии с концепцией трех стадий развития цивилизации (доиндустриальной, или аграрной, индустриальной и постиндустриальной) можно выделить четыре основных типа потребления:

- Тип потребления доиндустриального общества.
- Тип потребления индустриального общества.

- Тип потребления так называемого общества массового потребления (высшей стадии развития индустриального общества).
- Тип потребления постиндустриального общества.

При каждом типе потребления складывается специфическая система потребностей и соответствующий ей стиль сервисной деятельности. ***Тип потребления доиндустриального общества.***

Относительное однообразие ассортимента потребляемых благ. Еще не возникло того изобилия разнообразных товаров и услуг, которое предлагают сейчас современные супермаркеты, туристические и транспортные компании, учреждения образования, здравоохранения, культуры и т.п.

Преобладание природных продуктов и материалов, не прошедших глубокой промышленной переработки. Люди потребляют простой хлеб, мясо, молоко, древесину, холсты, кожу в виде несложных, домашним способом приготовленных блюд и ремесленных изделий. Преобладание уникальных, нестандартизированных товаров и услуг. В каждой местности складываются свои традиции приготовления пищи, шитья одежды, изготовления транспортных средств, особое фольклорное искусство, традиции общения и приемы оказания услуг.

В потребительском поведении приобретают большое значение духовные блага, обычаи и традиции. Потребитель воспринимает с недоверием появление новых товаров и услуг, особенно если они плохо вписываются в местные культурные традиции.

Большой удельный вес домашних услуг. Магазинов, прачечных, парикмахерских и других предприятий бытового обслуживания очень мало, основная масса услуг оказывается в пределах домашнего хозяйства.

Потребление энергии невелико, широко используется энергия человека и животных. В эпоху доиндустриального общества, как мы знаем, не применялось электричество и не был известен двигатель внутреннего сгорания, а простейшие модели паровых двигателей создаются только в XVIII в.

Преобладание потребления продовольственных товаров в общем объеме потребления. Это вызвано невысоким уровнем жизни основной массы населения и узким ассортиментом предметов потребления. Преобладание натурального потребления над потреблением товаров. Потребительные стоимости (вещи и услуги) производятся в основном «для себя» - в крестьянском хозяйстве или в усадьбе помещика.

В настоящее время тип потребления доиндустриального общества частично сохранился даже в развитых странах. Его элементы можно найти в основном в сельской местности и у бедных слоев населения. Потребности в профессиональных услугах системы сервиса и платежеспособный спрос на них у этих социальных групп сравнительно невелики.

Тип потребления индустриального общества.

Увеличение количества и расширение ассортимента потребляемых благ. Потребность в услугах намного выше, чем в доиндустриальном обществе.

Стандартизация, спецификация и рационализация потребления. Расширение товарного производства и сферы услуг закономерно привело к созданию специализированных профессиональных сервисных служб и организаций. Для их работы необходимы правила и стандарты обслуживания. Граждане индустриального общества стремятся потреблять как можно больше. Требования к сервису теперь основаны не на обычаях и традициях, а в первую очередь на трезвом, рациональном расчете.

Быстрый рост потребления энергии в результате промышленной революции. Сначала потребление энергии на душу населения растет, затем стабилизируется на высоком уровне. Входят в моду, например, всевозможные бытовые электроприборы. Происходит сокращение доли потребления продовольственных товаров в общем объеме потребления. Растет доля потребления непродовольственных товаров и услуг, которые становятся все более многообразными и доступными для большинства населения.

Сохраняется существенный разрыв между уровнем денежного дохода и уровнем потребления. Это происходит из-за сохранения натурального, нетоварного потребления. Существует глубокое неравенство потребителей изза имущественного расслоения. Обостряются противоречия в сфере потребления. Возникает сильный контраст между бедностью и нищетой с одной стороны, и роскошью и богатством - с другой. Этот контраст проявляется как внутри стран, так и между отдельными странами. Отсюда возникает заметное различие по цене и содержанию между сервисом для бедных и сервисом для богатых.

«Общество массового потребления»

Это высшая стадия развития индустриального общества. На этой ступени к старым, уже сложившимся особенностям потребления индустриальной эпохи добавляется несколько специфических черт: Нарастание материального гедонизма, погоня за удовольствиями, приводящая к деформации потребительского поведения. Возникает крупномасштабная индустрия развлечений, которые для многих потребителей превращаются в основу жизненного поведения и высшую ценность.

Возрастание роли психологического фактора и моды в потреблении; превышение уровня удовлетворения физиологических потребностей, широкое распространение престижного потребления. После того как основные физиологические потребности большинства населения стали полностью удовлетворяться, спрос потребителей начал зависеть от нового набора факторов - моды и престижа.

Включение имиджа и стереотипа потребления в требования социального престижа. У каждого социального слоя складываются негласные традиции потребления строго определенного набора товаров и услуг. Принадлежность к тому или иному слою диктует человеку специфический стандарт потребительского поведения. Люди, нарушающие эти стандарты и традиции, сталкиваются с серьезными проблемами в повседневном общении и в профессиональной деятельности. Такая ситуация улучшает условия для сервисной деятельности, поскольку спрос на товары и услуги становится более стабильным и предсказуемым.

Загрязнение природной среды и вызванное им ухудшение условий потребления. Быстрое развитие промышленности негативно воздействует на природную среду, что снижает качество многих товаров и услуг. Население развитых стран настолько этим обеспокоено, что становятся популярны, например, магазины, торгующие экологически чистыми продуктами.

Тип потребления постиндустриального общества.

Постиндустриальное (другие названия - информационное, технотронное) общество начинает формироваться во второй половине XX в. Однако основные закономерности его функционирования пока не устоялись, и мы можем изучать только первоначальные тенденции этой новой фазы развития цивилизации. Тем не менее, уже ясно, что формирующийся новый стиль потребления будет сильно отличаться от существовавшего в прошлом (и сохраняющегося во многих странах сейчас). Вот основные особенности этого нового стиля:

Высокий уровень потребления основной массы населения, изобилие материальных благ и услуг. Предпосылка этого типа потребления - высокий уровень дохода.

В потреблении материальных благ складываются новые приоритеты. Более важным становится не их количественное наращивание, а повышение качественного уровня потребления, что приводит к улучшению качества жизни в целом.

Важнейшими факторами «полезности» для населения развитых стран становятся здоровье и образование, на них все больше сосредотачивается интерес потребителей. На первое место в структуре потребления выдвигаются знания и информация. Постоянно растет потребность в разнообразных информационных услугах.

Вместо экономики, основанной на растущем производстве товаров, начинает формироваться экономика услуг. Так, в США в сфере услуг работает уже более 70% всего занятого населения.

В постиндустриальном обществе совершается своеобразный возврат к базовым ценностям доиндустриальной эпохи, но на гораздо более высоком уровне потребления. Снова усиливается интерес к полному, качественному удовлетворению основных, базовых

потребностей человека (натуральные продукты, одежда из натуральных материалов, здоровый режим труда и отдыха, полноценное человеческое общение и т.п.). Растет престиж здорового образа жизни. Входят в моду различные методы оздоровления, открывается множество спортивных клубов, ведется пропаганда против курения, алкоголизма и наркомании. Расширяется сеть магазинов, торгующих экологически чистыми продуктами, изобретаются всевозможные оздоровительные диеты, борьба с избыточным весом приобретает масштабы общенациональной кампании. Так, например, в Интернете работает специальный сайт (McSpotlight. org), на котором подробно обсуждается вред, наносимый здоровью человека продуктами из ресторанов быстрого питания сети «Макдоналдс». Падает престижность обладания чисто материальными благами, возникает тяга к образованию, культуре и искусству. Постиндустриальное общество дает потребителю возможность выработать индивидуальный стиль потребления. В конечном счете индивидуализация потребления - прямое следствие не только повышения уровня жизни, но и усложнения человеческой личности и процессов труда. Человек, выполняющий сложную творческую работу, уже выработавший свой стиль производственной деятельности, тяготеет и к индивидуальному стилю потребления. Благодаря высокому уровню жизни этот индивидуальный стиль впервые в истории цивилизации становится достижимым на практике для основной массы населения. Система услуг в этих условиях диверсифицируется и усложняется, она должна приспосабливаться к постоянно изменяющейся, все более разнообразной структуре спроса.

В то же время человек постиндустриального общества имеет возможность противостоять сверхразнообразию товаров и услуг, которое ему навязывается, целиком или частично заимствуя уже сформировавшиеся, готовые стили потребления. Сервисные фирмы, пропагандируя свой набор услуг, пытаются сориентировать различные слои населения на эти уже сформировавшиеся стили.

На международном уровне также действуют две противоположные тенденции в развитии потребления. С одной стороны, нарастает его интернационализация и стандартизация, что разрывает национальную замкнутость потребителей. Так, сервисные центры транснациональных корпораций, банки или туристические фирмы оказывают услуги на основе одних и тех же стандартов в любом районе мира. Для информационных услуг в системе Интернет вообще не имеет значения, в какой точке Земли находится клиент (лишь бы он имел выход в Сеть). С другой стороны, сохраняется стремление к уникальности национальной культуры потребления. Эту тенденцию необходимо учитывать при организации туристических, экскурсионных, образовательных и некоторых других услуг. Для туристов, например, первостепенный интерес представляет национальная специфика государств и народов. Существуют уникальные, неповторимые музеи, памятники искусства, университеты, климатические курорты и даже экономические зоны (Силиконовая Долина в США, нефтедобывающие страны Ближнего Востока и т.п.).

Сервис как способ удовлетворения потребностей человека с точки зрения экономики

Сфера услуг – это крупнейший сектор экономики, который «отвечает» за формирование стержневых параметров экономического роста в национальном масштабе, где приоритетное место занимают: своевременное внедрение технических и технологических инноваций, непрерывное обновление научных знаний, широкое совершенствование информационных технологий.

На рубеже веков коренная модернизация сервисной деятельности радикально трансформирует понимание сферы услуг, что находит свое выражение в интеграции услуг в инвестиционный процесс, развитии информационной революции сервиса, повышении значимости корпоративного обслуживания и углублении способности ассимилировать научные знания. ***Рынок услуг – это непроизводственная сфера, в которой (в рамках производственных отношений) создаются и распространяются услуги, а также организуется процесс обслуживания потребителей с целью удовлетворения спроса.***

Рынок услуг как одна из важнейших сфер общественной жизни представляет собой сочетание трех основных элементов:

– комплекс организаций (фирм и предприятий), основу деятельности которых определяет процесс производства разнообразных услуг и обслуживания потребителей;

– совокупность потребителей услуг – структура запросов индивидуальных потребителей и домохозяйств, корпоративной среды и общества в целом;

– состав ключевых принципов (норм и правил) функционирования среды и организации сервисной деятельности, на основе которых осуществляется взаимодействие между производителями услуг и их потребителями.

В настоящее время сервис – это стратегический ресурс накопления конкурентного преимущества предприятия и повышения конкурентоспособности продукции. ***Сервис – это системный набор сложно организованных и взаимоувязанных действий, направленных на предоставление услуг в системе согласованных условий.*** Содержание сервисной деятельности отражено в классификации основных форм обслуживания:

– материальная форма – формирование комплекса услуг, направленных на удовлетворение материальных потребностей (изготовление на заказ предметов, техническое обслуживание и ремонт);

– познавательная форма – удовлетворение духовных (нематериальных) потребностей общества и отдельного индивида (образовательные услуги, обработка и структурирование информации);

– ценностная форма – укрепление системы ценностей индивида и окружающего социума, которые определяют моральные принципы, искусство, политическую деятельность (правила оценки событий);

– коммуникативная форма – создание платформы общения между отдельными людьми и организациями (организация презентаций и конференций, встреч и выставок, переговоров и форумов).

Рис. 9. Основные отрасли сферы производства

В последнее время в сфере услуг по темпам роста объемов продаж во многих странах лидирует корпоративный сервис: проектирование систем закупочно-сбытовой логистики, формализация корпоративной стратегии и установление перспективных целей, управление маркетингом, включая создание и размещение рекламных обращений, организация и внедрение научно-исследовательских разработок, аудит. Именно процесс активного инвестирования в инфраструктурные отрасли экономики обеспечивает развитие сферы услуг. ***Стандарты обслуживания*** *– комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.*

Возрастающее значение сервисного обслуживания населения обусловлено следующими факторами:

– проявление закона возрастания человеческих потребностей;

– повышение степени сложности промышленных изделий, расширение их разнообразия и сферы использования;

– активное развитие средств коммуникаций;

– расширение процесса глобализации (не столько в экономике, сколько в политической, культурной, спортивной и иных сферах социальной жизни), что объединяет людей.

Исторически сложилось, что рынок – это в первую очередь основа товарного бизнеса. Сервисная деятельность связана с товарным рынком и предполагает его сопровождение.

Рынок услуг – это формирование спроса и особый подход к разработке предложения товаров широкого потребления и производственного назначения, выполнения разнообразных работ и оказания индивидуальных услуг, формирование предложения финансовых ресурсов и ценных бумаг, золота и драгоценностей, произведений искусства, а также инвестиций в масштабе мирового хозяйства, страны и ее отдельного региона.

Особенности функционирования рынка предоставления услуг и сервисного сопровождения отражены в следующих характеристиках:

1. Высокая динамичность процессов – рынок услуг подвержен влиянию различного рода факторов (изменение реальных доходов во времени), в том числе и случайного характера (климатические условия), что обусловливает гибкость отраслевой структуры услуг.
2. Сегментация рынка – можно выделить достаточно значительные группы людей, демонстрирующих однородную реакцию на рыночное предложение (комплекс услуг), несмотря на индивидуализацию потребления.
3. Фрагментированный (локальный) характер рынка – каждый отдельный сегмент рынка имеет своеобразные географические границы, определяемые возможностью перемещения, наличием свободного времени и соответствующей суммы средств.
4. Высокая скорость оборота капитала – динамика рынка требует практически мгновенной окупаемости вложенных средств. В этой связи скорость удовлетворения запросов клиента – решающий фактор конкурентного преимущества. ***Обслуживание*** *- деятельность исполнителя услуг при непосредственном контакте с потребителем услуг. ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения».*

Высокая чувствительность к изменениям рыночной конъюнктуры обусловлена тем, что потребители в своей массе могут достаточно легко перестраиваться с одной услуги на другую, с одного производителя на другого.

5. Специфика организации производства услуг – необходимость разработки комплекса (некоторого набора) различных услуг (основных, дополнительных и поддерживающих), которые формируют совокупный персонифицированный продукт.
6. Специфика процесса оказания услуги – для клиента важен не столько результат от потребления услуги, сколько сам процесс, во время которого индивидуум вступает в контакт с персоналом фирмы или техническими ресурсами, если услугу предоставляет автомат. *Оказание услуги требует присутствия и того, кто ее оказывает (исполнитель), и того, кому она оказывается (потребитель). Индустрия гостиничных услуг уникальна тем, что служащие составляют часть продукта (товара).*

7. Высокая степень дифференциации услуги – учет индивидуальных запросов требует максимального разнообразия параметров услуги с тем, чтобы учесть интересы каждого из клиентов.
8. Неопределенность результата деятельности по оказанию услуги – оценка качества предоставления услуг неотделима от конкретного клиента. Качество услуги – это своеобразная мера соответствия предоставляемых услуг ожиданиям потребителя.

Таким образом, специфика формализации услуг выражена в следующих характерных чертах:

1. Особенность процесса производства и предоставления услуг как особого вида деятельности организации, который состоит из трех взаимосвязанных элементов: прием заказов и формирование портфеля предложений, производство (проектирование) услуг, организация обслуживания (реализация) рынка.
2. Персонификация услуг – направленность сервиса на удовлетворение конкретного потребителя, максимально возможный учет индивидуальных потребностей, интересов и желаний отдельного клиента (человека или предприятия).
3. Материальность услуг – производство услуг предваряет процесс удовлетворения материальных потребностей, создает необходимые условия для их полного потребления.

Сервисная деятельность организаций обладает следующими особенностями, отличающими ее от других сфер общественной жизни и отраслей народного хозяйства:

- Полная зависимость от спроса на предлагаемые услуги; совмещение производственных и торговых операций;
- Совмещение производственных и торговых операций;
- Ориентация на социально-культурную и социально-психологическую квалификацию обслуживающего персонала.

Под формой обслуживания понимается разработка определенной методики и техники производства и оказания услуг.

В зависимости от технологии обслуживания следует выделить ряд форм:

- Индивидуальное обслуживание – оказание персонифицированных услуг в силу особенностей личности или поведения конкретного человека (медицинское обслуживание, юридическое консультирование, уход за ребенком).
- Массовое обслуживание – направлено на поиск универсальных инструментов широкого охвата однородных потребностей (гостиничное обслуживание, туристические услуги).
- Абонементное обслуживание – предоставление некоторого исключительного права потребителю на дополнительное оперативное обслуживание или внеочередное получение услуги (очередь возникает только среди владельцев абонементов).
- Бесконтактное обслуживание – исключает непосредственное взаимодействие (в период оказания услуги) потребителя и производителя (ремонт бытовой техники, химическая чистка одежды, вывоз мусора и обслуживание территории).
- Обслуживание на дому – предполагает прием заявок от клиента в установленном порядке с последующим оказанием услуги непосредственно на территории клиента (ремонт крупногабаритной техники, ресторанное обслуживание).
- Выездное обслуживание – создание специальных выездных бригад в целях выполнения специфических работ на ограниченной территории (оказание услуг в сельской местности).
- Обслуживание по месту работы – создание на территориях крупных предприятий комплексных подразделений сферы услуг с функциями приема и выдачи заказов на услуги.
- Самообслуживание – приобретение права пользования технологией или оборудованием предприятия за установленную плату, получение квалифицированной консультации и самостоятельное производство необходимой услуги.
- Комбинированное обслуживание – возможность получения в одном месте нескольких видов услуг (гостиницы, турфирмы, автомастерские, санитарно-курортные предприятия).

Заключение

Эффективная организация современного сервиса на предприятии должна соответствовать определенному ряду принципов:

- Обязательность предложения. В глобальном масштабе компании, производящие высококачественные (материальные) товары, но плохо обеспечивающие их сопутствующими услугами, ставят себя в очень невыгодное положение. Здесь следует выделить одно важное обстоятельство: обязательность предложения не гарантирует обязательность использования.
- Эластичность сервиса. Пакет сервисных мероприятий может быть достаточно широким: от минимально необходимого набора услуг до максимально целесообразного комплекса предложений. В этой связи следует отметить, что чрезмерное распыление усилий (погоня за всем спектром рыночных потребностей) уменьшает возможности получения стабильного дохода.
- Удобство сервиса. Сервис должен быть предоставлен в том месте, в то время и именно в той форме, которые соответствуют возможностям потребления и интересам клиента. В этом случае система логистики должна обеспечить рациональное сочетание процессов производства и потребления услуг, которые нередко вступают в губительное противоречие.

- Информационная отдача сервиса. Основу рационализации сервисной деятельности обеспечивает система сбора и обработки информации, выстроенная на принципах обратной связи. Анализ информационных потоков, исходящих непосредственно от потребительских групп, позволит сформировать объективную оценку мнений клиентов о качестве сервисного обслуживания.
- Взвешенная (тонкая) ценовая политика. Сервис – не столько источник дополнительной прибыли, сколько ключевой стимул потребления продукции и инструмент укрепления образа компании и доверия покупателей. Цена с точки зрения маркетинга в отдельных ситуациях должна выступать в качестве дополнительного элемента привлечения внимания потребителей.
- Соответствие производства сервису (гарантии). Производитель обязан строго отслеживать и обеспечивать баланс своих производственных мощностей с возможностями сервисного обслуживания. Никогда не ставить клиента в условия «обслужи себя сам». Обратная сторона медали – техническая адекватность сервиса производственным активам предприятия.

Содержание сервисной деятельности может быть выражено в нескольких взаимосвязанных формах – материальной, познавательной, ценностной и коммуникативной. Особенности функционирования рынка услуг – динамичность, фрагментарность, чувствительность, дифференциация, неопределенность – выдвигают особые требования к формализации услуг. Вопервых, процесс производства и предоставления услуг основан на обеспечении взаимодействия трех элементов: разработка портфеля услуг, проектирование услуг и организация обслуживания. Во-вторых, услуга должна соответствовать индивидуальным запросам потребителей. В-третьих, производство услуг создает фундамент для удовлетворения материальных потребностей.

Особенности функционирования рынка и специфика формализации услуг требует разработки разнообразных форм обслуживания (техники производства и оказания услуг).

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Что такое производство и перечислите его сферы
2. Как влияет производство на потребности
3. Перечислите функции предпринимательства
4. Что представляет собой труд и каковы его характеристики.
5. Дайте определение понятию «капитал»
6. Что такое предпринимательская способность

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 2. **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**/Тема лекционного занятия. **Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности**

3. Цели занятия.

- сформировать систему знаний об услуге и сервисной деятельности;
- рассмотреть функции сферы услуг;
- рассмотреть общероссийские классификаторы услуг населению; теорию постиндустриального общества.
- Рассмотреть этапы развития услуг в России.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция

	Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Общероссийские классификаторы услуг населению. Теория постиндустриального общества. Этапы развития услуг в России.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Теория «Я–концепции» (самоконцепции) и поведение потребителя. Рассогласование реальной и идеальной (желаемой) самоконцепции потребителя как детерминанта покупательского поведения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Роль самооценки в поведении потребителя. Самооценка и имидж торговой марки. Эволюция понятия «товар».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5.	Характеристика услуг. Отличие услуги от материально-вещественного товара. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6.	Основные факторы, влияющие на показатели профильного качества и удовлетворенность клиента полученными услугами.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1 **Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности**

Сфера услуг (service) – сфера экономики, где производятся блага, полезный эффект которых проявляется в самом процессе их создания.

Производство экономических (ограниченных) благ делится на две сферы – сферу материального производства и сферу услуг. В первой сфере потребление созданного блага отделено от его производства, во второй – совмещено.

Например, труд по производству буханки хлеба сам по себе не удовлетворяет каких-либо потребностей человека (за исключением потребности в труде), потребление хлеба будет происходить позже и в другом месте; зато чтение преподавателем лекции сразу же удовлетворяет потребность слушателей в знаниях. То есть удовлетворить потребность – это

ликвидировать отсутствие чего-либо, дать нужное. Структура потребности содержит два главных компонента – объективный и субъективный.

Объективное в потребностях - это реальная зависимость человека от внешней природной и социальной среды и от свойств его собственного организма. Таковы потребности в дыхании, сне, пище, и другие фундаментальные физиологические потребности, без которых жизнь невозможна, а также некоторые более сложные социальные потребности.

Субъективное в потребностях - это то, что привносится субъектом, определяется им, зависит от него. Субъективный компонент потребности является осознанием (правильным или иллюзорным) объективных нужд человека.

Сложное отношение между объективной нуждой и субъективным пониманием этой нужды, которого придерживается человек, создает огромное поле для сервисной деятельности.

В развитых странах уже в 19 в. начали понимать, что сфера услуг хотя и не производит непосредственно материальных благ, однако создает основополагающие условия для этого производства. Поэтому в современной статистике (включая российскую) сфера услуг (третичный сектор) рассматривается как полноценная часть производства, равнозначная сельскому хозяйству (первичный сектор) и промышленности (вторичный сектор).

Таким образом, наряду с сельскохозяйственными и промышленными предприятиями, производящими материалы и готовые изделия, существуют организации, повышающие стоимость нашей личной жизни посредством нематериальных активов, которые они представляют. Продукция этой группы и называется услугами. **Услуги – это действия, дела или исполнение работы.**

“Service**“** – в переводе с английского включает такие определения как «служба, услуга, обслуживание, обслуживать, эксплуатация» и др., смысл которых может быть различным. Поэтому в определении понятия «услуга» в отечественной литературе допущены различные толкования, заключающиеся в том, что понятие «услуга» переводят и как виды деятельности, и как саму деятельность, т.е. оказание услуги, обслуживание. Ряд авторов трактуют сервис в контексте дополнительного обслуживания, являющегося некоей «обвязкой» основной услуги.

Ф. Котлер приводит следующее определение понятия «услуга»: **Услуга –**

это любая деятельность или благо, которые одна сторона может предложить другой (например, парикмахерские услуги или предоставление туристической путевки, хозяйственные удобства). Услуга горничной экономит время потребителя за счет выполнения домашней работы. Время, проведенное в ресторане или кинотеатре, обеспечивает психологическое восстановление сил.

Сервис - процесс предоставления услуги, т.е. деятельность поставщика услуг, необходимая для обеспечения услуги. Учитывая всё вышесказанное в современной терминологии можно дать следующее определение: **сервис – это системный набор сложно организованных и взаимоувязанных действий, направленных на предоставление услуг в системе согласованных условий.** Данное определение может быть проиллюстрировано тремя аспектами понимания сущности сервиса (рис. 1.1).

Было бы ошибкой рассматривать сферу производства и сферу услуг как две разные или тем более единственно возможные альтернативы. Таковых существует целое множество, которое также включает в себя и транспортировку, и торговлю как отдельные виды деятельности. Некоторые услуги не могли бы существовать без товаров. Например, услуга по ремонту автомобиля не может существовать при отсутствии автомобилей. Аналогично некоторые товары не могут существовать при отсутствии услуг. Например, никто не строил бы стадионы, если бы на них не играли в футбол. Взаимосвязь производства и услуг значительно сильнее той простой связи, при которой один использует результат другого. Большинство производящих компаний не могло бы выпускать товары без услуг по поддержанию производства.

Рисунок 1.1.1 – Подходы понимания сервиса

Некоторые из этих услуг являются внутренней составляющей производства товаров (бухгалтерский учет, реклама, юридические услуги), другие являются внешней составляющей (банковские операции, транспортировка, охрана, обеспечение противопожарной безопасности). С другой стороны, промышленный сектор давно следовало бы переименовать в сектор услуг, ведь услугами в нем занято больше рабочих и служащих, чем собственно в производстве. Сегодня этот сектор экономики вносит весомый вклад в увеличение благосостояния многих стран, прежде всего стран «золотого миллиарда».
Сфера услуг является составной частью национального хозяйственного комплекса, она участвует в общей системе экономических отношений и подчиняется общим экономическим законам, действующим в данном обществе.

Функции сферы услуг

Сфере услуг как сектору экономики присущи следующие **экономические и социальные** функции.
− обслуживание процесса производства материальных благ. Предполагается предоставление различных услуг сфере материального производства, которая нуждается в услугах транспорта и связи, правовых консультациях или услугах технического обслуживания оборудования;
− воспроизводство рабочей силы, осуществляется посредством услуг, предоставляемых населению, например, услуги образовательных и просветительных заведений;
− создание дополнительных материальных благ путем производства на заказ предметов длительного пользования или путем восстановления ранее утраченных ими потребительских свойств. Эту функцию выполняют предприятия службы быта.
Социальные функции включают, во-первых, удовлетворение потребностей населения в различных видах обслуживания.
Во-вторых, группа социальных функций обеспечивает снижение затрат и улучшение условий труда в домашних хозяйствах благодаря деятельности организаций жилищно-коммунального и бытового обслуживания.
Рациональное использование высвобождающегося свободного времени реализуется с помощью услуг культурно-зрелищных учреждений и определяет третью социальную функцию сферы услуг.
Четвертая социальная функция относится к обществу в целом и заключается в обеспечении безопасности и нормального функционирования государства, охране общественного порядка.
Таким образом, **сфера услуг** – это система отраслей народного хозяйства, продукты, потребительская стоимость которых выражается в предоставлении удобств. В сфере услуг труд не материализуется в вещах.
Сфера обслуживания – совокупность отраслей хозяйства, продукция которых выступает в виде услуг.
Сервис (сервисная деятельность – это работа по оказанию услуг, т.е. по удовлетворению чьих-либо потребностей. Так, сервисное обслуживание современного оборудования позволяет покупателю выбрать для себя оптимальный вариант приобретения и потребления технически сложного изделия, а также экономически выгодно эксплуатировать его в течение разумно обусловленного срока, диктуемого интересами потребителя. Вместе с тем, **сервис** представляет собой ***вид предпринимательской деятельности*** по оказанию различных услуг и реализации, сопутствующих им материальных товаров, обеспечивающих удовлетворение одновременно несколько потребностей и желаний клиентов. Сервисная деятельность генерируется, т. е. производится, реализуется специализированными структурами обслуживания, которые выступают ее субъектами. В качестве субъектов выступают

конкретные предприниматели либо коллективы сервисных организаций – фирмы, например, туристические, гостиничные, лечебные, предприятия (транспортные, ремонтные, торговые), бюро (информационно-рекламные), конторы (жилищно-эксплутационные), учреждения (правоохранительные, учреждения культуры и д.), организации.

По действующему законодательству существуют следующие организационно-правовые формы предприятий:

- государственное предприятие;
- частное предприятие;
- товарищество; - общество.

По организационно-правовой форме среди юридических лиц можно выделить:

- коммерческие организации;
- некоммерческие организации.

Основная цель функционирования коммерческих организаций – извлечение прибыли.

Коммерческую деятельность могут вести негосударственные организации (НО), но это право предоставлено и некоторым государственным и муниципальным унитарным предприятиям (ГУП и МУП).

Коммерческие организации представлены (рис. 1.1.2):

Рисунок 1.1.2 – Организационно-правовые формы коммерческих организаций

Для понимания особенностей функционирования сферы обслуживания и сервисной деятельности введем ключевые определения, используемые в настоящей книге. Некоторые термины в российском законодательстве не определены, но употребляются на основе обычаев делового оборота.

Деловой (профессиональный) сервис представляет собой вид предпринимательской деятельности по оказанию услуг хозяйственноуправленческим структурам и физическим лицам в целях обеспечения их профессиональной деятельности или получения прибыли.

Деловые (профессиональные) услуги - это услуги, которые оказываются предприятиям, организациям, учреждениям и другим хозяйственно-управленческим структурам, а также отдельным физическим лицам, что способствует успешной профессиональной деятельности или получению прибыли.

Институциональные услуги - это услуги, потребителями которых выступают не физические лица, а предприятия, организации, учреждения и другие хозяйственно-управленческие структуры.

Исполнитель услуги – организация независимо от ее организационноправовой формы, а также индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору.

Клиенты (лат., ед.ч. cliens, мн.ч. clientes) -постоянные покупатели или заказчики; лица, пользующиеся услугами адвоката, нотариуса и т.п.

Модели предложения - это логически сгруппированный оригинальный набор услуг и форм материальной поддержки, предлагаемый клиентам в определенной ситуации.

Потребитель – физическое лицо, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы услуги исключительно для личных целей, не связанных с извлечением прибыли.

Потребительские услуги - потребителями услуг являются физические лица, цель получения услуг - удовлетворение личных потребностей, источник оплаты - личные средства этих лиц.

Предложение - это то количество и качество услуг, а также сопутствующих им материальных товаров, которое продуценты готовы предоставить конкретному потребителю в конкретное время и в конкретном месте.
Провайдер *(англ. provider - поставщик)* - поставщик услуг.
Продуцент *(лат. producens - производящий*) - производитель услуг.

Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг

Существуют различные ***классификации услуг***, и каждая из этих классификаций отражает специфический подход к анализу сервисной деятельности. В общепринятом смысле классификация - это распределение предметов, явлений и понятий по классам, отделам, разрядам в зависимости от их общих признаков. Выявление признаков классификации основывается на качественных, стоимостных и иных характеристиках объектов. Однако существуют трудности классифицировать существующие услуги по этим характеристикам.
Экономика любой страны разделяется на три различных сектора (модель Фишера-Кларка): добывающий сектор (первичный), куда входит сельское хозяйство и горнодобывающая промышленность, сектор производства товаров (вторичный сектор экономики) и сектор услуг (третичный сектор). В зависимости от того, в чем именно проявляются услуги, сферу сервиса чаще всего условно подразделяют на два подсектора:

- ***производство материальных услуг*** (транспорт, торговля, жилищнобытовое обслуживание и прочее.);
- ***производство нематериальных услуг*** (управление, деятельность армии и органов безопасности, образование, здравоохранение, наука, искусство, шоубизнес, социальное обслуживание, маркетинг, аудит, кредитование, страхование, и т.п.).

Производство материальных услуг неотрывно связано с материальными объектами: транспорт изменяет положение предметов в пространстве, торговля – их принадлежность кому-либо и т.д. В отличие от него производство нематериальных услуг (знаний, безопасности, здоровья, положительных эмоций) гораздо сильнее оторвано от материальных объектов. Здесь объектом воздействия становятся не другие вещи, а непосредственно человек.
Наряду с традиционным делением сферы услуг на подсектора материального/нематериального производства встречаются и другие классификации.
В частности, чтобы подчеркнуть огромное значение в эпоху НТР производства и распространения знаний, науку и образование стали выделять в особый *четвертичный сектор*, отдельный от третичного (прочие услуги).
В литературе можно также встретить деление сферы услуг на три сектора: *третичный* - инфраструктурный (транспорт, связь, передача
электричества и тепла); *четвертичный* - распределительно-обменный (торговля, страхование, финансы); *пятиричный* - социально-управленческий (управление, наука, образование, здравоохранение, искусство).
Оригинальный подход к структуризации сферы услуг выдвинул американский экономист-институционалист. Чтобы подчеркнуть большую роль институтов в жизни общества, он предложил выделять в экономике как целом ***трансформационный сектор*** (изменение физических характеристик экономических благ) и ***трансакционный сектор*** (изменение чисто социальных характеристик - принадлежности экономических благ кому-либо). При таком подходе часть сферы услуг входит в трансформационный сектор (транспорт, образование), а часть - в трансакционный (торговля, управление, финансы).
Исторически каждый вид услуг рассматривался отдельно, как особая сфера деятельности с только ей присущими особенностями. А вся сфера услуг представлялась как совокупность этих многих видов деятельности и фактически сводилась к их перечислению. Можно выделить пять общих типов услуг.

12. *Производственные* - инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования.
13. *Распределительные* - торговля, транспорт, связь.

14. *Профессиональные* - банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные.
15. *Потребительские* - так называемые массовые услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением.
16. *Общественные* - телевидение, радио, образование, культура.

В соответствии экономическими и социальными функциями сферы услуг в чистом виде существует немного видов услуг, которые формируют исключительно определенный по функциональной направленности сектор услуг. Поэтому целесообразно выделить в сфере услуг функциональную направленность:

- услуги, ориентированные на производство;
- услуги, ориентированные на общество;
- услуги, ориентированные на домашнее хозяйство; - услуги личного характера.

Так, к услугам, ***ориентированным на производство,*** относятся услуги по техническому обслуживанию, наладке, настройке и ремонту производственного оборудования и технических систем. Сюда могут быть отнесены услуги по складированию, хранению материально-технических ресурсов и снабжению ими, а также различные услуги производственной инфраструктуры (дороги, мосты, подъездные пути).

Услуги, ***ориентированные на общество,*** включают услуги органов государственного управления, связанные с обороной страны, с поддержанием правопорядка, обеспечением внутренней безопасности, с выполнением функции по государственному регулированию экономики и социальных процессов, с проведением социальной политики. Нередко их называют государственными (правительственными) услугами.

К услугам, ***ориентированным на домашнее хозяйство,*** относятся услуги по поддержанию в нормальном состоянии жилья и коммунальные услуги, производственные виды бытовых услуг: техническое обслуживание и ремонт бытовой техники и теле-, видеоаппаратуры, автосервис, а также технический сервис оборудования и инвентаря для досуговой деятельности и т. д.

Услуги ***личного характера*** включают парикмахерские, фотоателье, разнообразные рекреационные услуги и непроизводственные виды бытового обслуживания.

Кроме того, услуги различаются по множеству других классификационных признаков. Все они позволяют оттенить и проанализировать разнообразные функции сервисной деятельности в современном обществе.

Стандартизированные **и** ***творческие*** услуги различаются по степени их алгоритмизации. Стандартные виды услуг оказываются по строго установленным правилам. Творческие услуги могут формироваться и изменяться по индивидуальным требованиям потребителя.

Производственные **и** ***непроизводственные*** услуги осуществляются в разных сферах деятельности общества. К производственной сфере можно отнести, например, транспортировку грузов и техническое обслуживание оборудования, к непроизводственной - услуги здравоохранения, культуры, туризма, отдыха, жилищное и коммунальное хозяйство, науку и научное обслуживание, кредитование, страхование, государственное управление и оборону, некоммерческие организации, обсуживающие домашние хозяйства и т. п.

Коммерческие **и** ***некоммерческие*** услуги различаются конечной целью. Первые производятся с целью получения прибыли и другой коммерческой выгоды. Вторые не нацелены на прибыльность.

По **форме организации услуг** их можно разделить на **государственные и негосударственные**. Различие между ними не в том, что оказанием одних заняты государственные организации, а других - частные. Ряд негосударственных по своей природе услуг вполне могут оказать и предприятия государственной формы собственности. Главное различие этих видов услуг состоит в том, что государственные услуги в принципе не могут быть оказаны никем, кроме государства. Это услуги по обороне страны, поддержанию общественной безопасности, ведению учета граждан, регистрации средств транспорта, государственной регистрации коммерческих операций (например, сделок с недвижимостью).

Услуги делят на ***чистые*** **и** ***смешанные***. Чистая услуга является единственным видом деятельности производителя (специализированное производство услуг). ***Смешанная услуга сопровождает товарноматериальные ценности,*** облегчая их обращение и делая их более привлекательными для потребителя. Это, например, предпродажный и послепродажный сервис, сопровождающий акт купли-продажи товара.

Сегодняшний мир не может существовать без ***информационных продуктов и услуг***. В результате применения информационных технологий к информационным ресурсам создается некоторая новая информация или информация в новой форме. Это продукция информационной системы и информационной технологии называется информационными продуктами и услугами. Информационная услуга – получение и предоставление в распоряжение пользователя информационного продукта либо предоставление средств для получения информации.

В сервисологии существует понятие идеальной услуги и реальной услуги. Идеальная услуга - это абстрактная теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности. Реальная услуга индивидуализирована исполнителями, потребителями, конкретными условиями их оказания.

Легитимные **и** ***нелегитимные*** услуги различаются по отношению к ним государства и общества. Легитимные услуги одобряются государством и обществом, нелегитимные - осуждаются и обычно преследуются по закону. Услуги, являющиеся нелегитимными при административно-командной системе хозяйствования (например, коммерческая спекуляция), становятся легитимными в рыночной экономике с ее свободой торговли. Услуги, удовлетворяющие осуждаемые обществом потребности (наркотические, преступные, аморальные, "псевдопотребности" и т. п.), относятся к разряду нелегитимных.

Существует два различных направления деятельности в сфере услуг: ***сервисный бизнес***, а также ***внутреннее обслуживание***. Сервисный бизнес представляет собой сферу деятельности, основной целью которой является предоставление клиентам какой-либо конкретной услуги или набора услуг при взаимодействии с ними и зачастую с их непосредственным участием. В рамках сервисного бизнеса можно выделить два типа обслуживания, первое - *обслуживание в среде сервисного предприятия*, второе - *обслуживание в среде клиента*.

В первом случае клиент должен прибыть в определенное место для получения какой-либо услуги, а во втором - предоставление и потребление услуги происходит в среде клиента. Здесь под обслуживанием понимается система трудовых операций, полезных действий, различных усилий, которые осуществляют производители сервисного продукта по отношению к потребителю, удовлетворяя его запросы и предоставляя ему предусмотренные блага и удобства.

Внутреннее обслуживание - услуги, предоставляемые всем подразделениям и службам внутри организации для поддержания жизнедеятельности самой организации. Услуги такого рода включают такие функции, как обработка данных, уборка помещений, инженерные разработки и техническое обслуживание. Клиентами в данной системе являются различные отделы предприятия, нуждающиеся в этих услугах.

Понятие «обслуживание» близко к понятию «услуга». Однако, если последнее сосредотачивается на самой сущности отношений между производителем и потребителем, то обслуживание трактует эти отношения как поэтапный процесс, имеющий свою структуру, приобретающий растянутый во времени характер.

Однако приведенные классификации не всегда четко позволяют проследить и определить истинную природу и характеристики конкретного сервисного бизнеса. Содержательным и информативным является использование аналитических матриц, типа матрицы Бостонской консультационной группы, но со специфическими параметрами для классификации услуг. Например, К. Лавлок предложил несколько классификаций услуг в матричном виде:

а) Матрица «Природа предоставления услуги» (рис.1.1.3). Предоставление услуги в соответствии с данной матрицей определяется действиями по предоставлению услуги

(осязаемые/неосязаемые), а также объектом воздействия (человек в физическом смысле или ментальное воздействие/вещи).
б) Матрица «Доставка услуг» (рис. 1.1.4). Взаимодействие потребителя и организации - (потребитель «идет» к организации/организация «идет» к потребителю/расстояние вытянутой руки). По оси абсцисс отложены места получения услуг (единичные /многочисленные).

		Объект воздействия	
		Люди	**Вещи**
Действия по предоставлению услуг	**Осяз аемые**	Стрижка; **Обед в ресторане**	Химическая чистка; **Фрахт**
	Неос язаемые	**Образование; Театральная премьера**	**Банковская услуга; Юридическая консультация**

Рисунок 1.1.3 - Природа предоставления услуг по К. Лавлоку

		Места получения услуг	
		Единичные	**Многочисле нные**
Взаимодействие потребителя и организации	**Потребитель «идет» к организации**	**Театр**	**Сеть ресторанов фастфуд**
	Организация «идет» к потребителю	**Скорая помощь**	**Такси**
	Расстояние «вытянутой руки»	**Дистанцио нное обучение**	**Mail (поисковая система)**

Рисунок 1.1.4 – Доставка услуг по К. Лавлоку

в) Весьма показательна матрица, устанавливающая степень участия персонала сферы услуг в установлении контактов с клиентами и степень участия клиентов в обслуживании (рис. 1.1.5).

		Степень контакта с клиентами	
		Низкая	**Высокая**
Степень участия клиентов	**Выс окая**	**Самообслужива ние**	**Ремонт оборудования, содержание жилья**
	Низ кая	**Химчистка, телевидение**	**Ремонт бытовой техники**

Рисунок 1.1.5 – Степень участия персонала сферы услуг в установлении контактов с клиентами и степень участия клиентов в обслуживании по Р.

Чейзу

г) Матричный подход по критериям целей получения и источникам оплаты за приобретение услуг (рис. 1.1.6) позволил В. Николайчику классифицировать деловые услуги. При таком подходе деловые услуги являются интегрирующими, то есть включающими институциональные и потребительские услуги.

Рисунок 1.1.6 - Матрица услуг по критериям целей и источников оплаты

Основные выводы этого анализа следующие:

- К потребительским услугам относятся лишь услуги, приобретаемые для личного потребления за счет личных средств.
- К институциональным услугам относятся лишь услуги, приобретаемые для получения выгоды за счет средств институциональных структур.
- Услуги, образованные на основе смешанных критериев, относятся к деловым услугам.

Иными словами, чтобы приобрести определенные услуги, потребители в первую очередь руководствуются интересами дела. При этом институциональные услуги относятся к типу деловых услуг и являются их частным случаем.

Резюмируя вышесказанное в отношении идентификации услуг, В. Николайчук, делает обобщающий вывод.

- К потребительским услугам относятся лишь те, которые приобретаются для личного потребления за счет личных средств. Все остальные услуги следует относить к категории деловых услуг.

Рисунок 1.1.7 проясняет ситуацию с положением в сфере обслуживания (услуг), являющихся чисто потребительскими, чисто институциональными и тех, которые при наличии критериев выгоды или институционального финансирования относятся к деловым, а без наличия таковых факторов - к потребительским.

Потребительские услуги	**Смешанные деловые услуги**	**Институциональны е услуги**
Сфера потребительского обслуживания	**Сфера профессионального (делового) обслуживания**	
Сфера услуг		

Рисунок 1.1.7 - Положение услуг различной категории в общей системе услуг

Рисунок иллюстрирует, что услуги можно характеризовать или как потребительские, или как деловые. Если в процессе купли-продажи, равно как и в производстве-потреблении, присутствует хотя бы один из критериев делового свойства, значит данная услуга (сервис) относится к деловым и является частью сферы профессионального обслуживания. Если указанные критерии неприменимы, то услуга и процессы, связанные с нею, являются частью сферы потребительского обслуживания. Кроме того, в концептуальном представлении к потребительским услугам относится четвертая их часть, а три четвери - это деловые услуги.

В сфере услуг клиенты часто принимают непосредственное участие в процессе производства услуги, сервисным компаниям необходимо досконально знать процесс обслуживания и то, в какой степени в нем участвует потребитель. Процесс представляет собой набор действий или операций, которые обычно выполняются в определенной последовательности во времени. Все процессы можно разделить на две большие группы: непроизводственные (природные, духовные и т.д.) и производственные.

К особой группе относятся процессы, в результате которых создаются ценности: материальные, информационные, духовные и другие. Такие процессы называют бизнес-процессами, так как их результаты приносят экономические блага, удовлетворяют потребности потребителей в продукции и услугах. В некоторых сервисных отраслях, как и в производственной сфере, процесс имеет физическую, материальную природу, т.е. по его завершении мы получаем видимый и осязаемый результат, хотя, например, в сфере информационных услуг процесс, как правило, носит неосязаемый характер.

Рассматривая сервисные процессы исключительно с операционной точки зрения, можно выделить четыре группы услуг. В табл. 1.1 представлена классификация, основанная на разделении осязаемых действий, направленных либо на человека, либо на какие-то физические объекты, являющиеся его собственностью, и неосязаемых действий, направленных на сознание человека или его материальные активы.

Для каждой вышеуказанной категории характерны свои специфические процессы предоставления услуг, что оказывает огромное влияние на деятельность менеджеров по маркетингу, операционных менеджеров и менеджеров персонала. В литературе принято называть эти категории следующим образом:

- ***услуги, направленные на человека;***
- ***услуги, направленные на физические объекты, находящиеся в собственности человека;***
- ***услуги, направленные на сознание человека;***
- ***услуги, направленные на нематериальные актив.***

Таким образом, услуга может состоять из осязаемых операций, воздействующих на определенный орган покупателей (услуги косметолога), осязаемых операций, воздействующих на материальное имущество (ремонт автомобиля), неосязаемых действий, направленных на их умы (развлекательные программы), или неосязаемых действий, направленных на их неосязаемое имущество (банковские инвестиции).

Несмотря на то, что услуги, объединенные в этих категориях, на первый взгляд могут показаться совершенно разными, анализ показывает, что, по сути, задействованные в них процессы имеют одинаковые характеристики. Поэтому менеджеры, работающие в одной отрасли, могут получать полезную информацию, изучая другую отрасль и применяя сделанные в ходе этих исследований выводы в своих организациях.

Конечными продуктами системы услуг являются увеличение количества покупателей или их активы, которые растут в своей стоимости. Роль менеджера различного уровня заключается в том, чтобы отслеживать и контролировать процесс обслуживания, основанный на обратной связи с потребителями, для того чтобы убедиться, что потребности покупателей и представления обслуживающего персонала об этих потребностях совпадают. Другими словами, обратная связь с покупателями являются своего рода гарантией качества.

Подводя итог вышесказанному, необходимо подчеркнуть, что нельзя не учитывать того, что богатство разнообразия сферы услуг, порожденное их «вездесущностью», проникновением во все сферы человеческой жизни, значительно затрудняют классификацию их.

Таблица 1.1.1 – Характер процесса предоставления услуги

Характер действия	**Кто или что является непосредственным объектом обслуживания**	
	Люди	**Объекты - собственность**
Осязаемые действий	***Услуги, направленные на человека*** **Пассажирские перевозки** **Охрана здоровья** **Отели** **Салоны красоты** **Физиотерапия** **Спортклубы** **Рестораны, бары** **Парикмахерские** **Служба ритуальных услуг**	***Услуги, направленные на физические объекты*** **Грузовые перевозки** **Ремонт и техническое обслуживание оборудования** **Хранение в складских помещениях Уборка** **Розничная торговля** **Прачечная и химчистка** **АЗС** **Благоустройство территории** **Переработка вторсырья и утилизация отходов**

Неосязаемые действия	*Услуги, направленные на сознание человека* **Реклама, связи с общественностью** **Искусство и развлечения** **Телевидение** **Консультационные услуги** **Образование** **Информационные услуги** **Музыкальные концерты** **Психотерапия** **Религия** **Телефонная связь**	*Услуги, основанные на обработке информации* **Бухгалтерия** **Банковские услуги** **Обработка данных** **Передача данных -** **Страхование** **Юридические услуги** **Программирование** **Исследования** **Операции с ценными бумагами** **Консультации по программному обеспечению**

Общероссийские классификаторы услуг населению

В российской действительности сложилось свое представление о сфере услуг, получившее реализацию в теоретическом аспекте сервиса и в практике его реального бытия.

Для четкого выделения отраслей непроизводственной сферы в отчетных и других документах в 1976 году в России (СССР) был введен общесоюзный классификатор «Отрасли народного хозяйства» (ОКОНХ), который в 1992 году был модифицирован применительно к условиям рыночной экономики России.

ОКОНХ представляет собой группировки видов деятельности по отраслям в соответствии с их функциями в общей системе разделения труда (основное деление на сферу материального производства и непроизводственную сферу).

К сфере материального производства относятся все виды деятельности, создающие материальные блага в форме продуктов, энергии и других функций, являющихся продолжением производства в сфере обращения (хранение, транспортировка и т. д.). К непроизводственной деятельности отнесены: ЖКХ, здравоохранение, социальное обеспечение, народное образование, наука и научное обслуживание, культура и искусство, финансы и кредит и т. д.

В 1993 году был утвержден «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг» ОК 004-93 (ОКДП), который входит в состав Единой системы классификации и кодирования техникоэкономической и социальной информации РФ (ЕСКК). Данный классификатор, в отличие от ОКОНХ, более полно охватывает деятельность сферы услуг и построен на основе Международной стандартной отраслевой классификации (МСОК/ISIC) и Международной классификации основных продуктов (МКОП/CPC).

В едином кодовом пространстве ОКДП объединил три объекта классификации: 1) виды экономической деятельности; 2) виды продукции; 3) виды услуг. Принятый в ОКДП код позволяет проводить международные сопоставления.

Структура кода ОКДП при классификации видов экономической деятельности предусматривает выделение следующих иерархий: раздел экономической деятельности (кодируется заглавными буквами латинского алфавита от A до Q); подразделы, группы, подгруппы и группировки, которые кодируются цифрами. Например, O 9249 - деятельность по организации отдыха и развлечений. Коды ОКДП используются в статистической отчетности.
В отличие от международной практики, в России имеется и «Общероссийский классификатор услуг населению» ОК 002-93 (ОКУН), введенный с 1 января 1994 года.
Общероссийский классификатор услуг населению является структурным элементом единой системы классификации и кодирования техникоэкономической и социальной информации (ЕСКК ТЭИ).
В преамбуле ОКУН отмечено, что классификатор разработан для решения следующих задач: развития и совершенствования стандартизации в сфере услуг населению; осуществления сертификации услуг с целью обеспечения безопасности жизни, здоровья потребителей и охраны окружающей среды, предотвращения причинения вреда имуществу потребителей; повышения эффективности средств вычислительной техники; учета и прогнозирования объектов реализации услуг населению; изучения спроса населения на услуги; предоставления услуг населению предприятиями и организациями различных организационно-правовых форм собственности и гражданами; гармонизации классификации услуг населению с международными классификациями; актуализации видов услуг с учетом новых социально-экономических условий в Российской Федерации.
Классификатор включает в себя следующие группы услуг:
- бытовые услуги;
- транспортные услуги;
- услуги связи;
- жилищно-коммунальные услуги;
- услуги учреждений культуры;
- туристские услуги и услуги средств размещения для временного проживания туристов;
- услуги физической культуры и спорта;
- медицинские услуги, санаторно-оздоровительные услуги, ветеринарные услуги;
- услуги правового характера;
- услуги банков;
- услуги в системе образования;
- услуги торговли и общественного питания, услуги рынков; 80 - прочие услуги населению.
Однако заметим, что мы имеем дело с классификатором сегодняшнего дня. Авторы, несомненно, прогнозировали такой поворот событий и, судя по кодировке, оставили за собой коллективное право расширять классификатор по мере формирования в стране полноценного по современным меркам сервиса.
С 1 января 2003 года в России введен в действие «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029-2001 (ОКВЭД). Введение этого классификатора позволило отменить ОКОНХ и части 1, IV ОКДП. Данный классификатор имеет ряд объективных преимуществ с точки зрения адекватности группировок и структуризации видов деятельности по сравнению с устаревшим ОКОНХ.
Структура кода содержит латинскую букву (обозначает раздел), например, H - «Гостиницы и рестораны», I - «Транспорт и связь», и цифры. Например, I 63.30.1 - «Транспорт и связь», подраздел 63 - «Вспомогательная и дополнительная транспортная деятельность»; 30.1 - «Организация комплексного туристического обслуживания»; 30.3 - «Предоставление туристических информационных услуг». В целом ОКВЭД корреспондирует с ОКДП, используется при идентификации отраслевой принадлежности, а также используется в статистической отчетности.

Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности Теория постиндустриального общества

Многие годы экономисты изучают причины роста услуг. Этот процесс имеет множество проявлений, в том числе в плане радикальных сдвигов в структуре экономики. Осмысление происходящих изменений неизбежно приводит к необходимости их оценки с точки зрения логики развития человечества, периодизации этапов этого развития.

Историки, философы, социологи, экономисты достаточно долго пытались выделить критериальные признаки развития. Были разработаны теории и подходы, но ни одна из предложенных концепций не стала всеобъемлющей, абсолютной. Каждая теория имеет ограничения, поскольку развитие общества - сложный и противоречивый процесс, который можно рассматривать с разных точек зрения.

Эпохи в истории человечества могут характеризоваться разными определяющими параметрами: основными видами производственной деятельности (что производится), технологией (как производится), типом расселения (деревня, город), преобладающим родом деятельности. В качестве определяющих признаков рассматривают также уровень цивилизованности, культуру, этнографические характеристики, тип религиозного мышления, господствующие формы власти и т.д.

В научной литературе часто выделяются два наиболее общих подхода, используемых для периодизации эволюции общества: формационный и цивилизованный, каждый из которых, как показал исторический опыт, имеет свои достоинства и недостатки, свои направления развития и конкретизации.

При *формационном подходе* в качестве основных этапов развития общества выступают общественно-экономические формации, вычленяемые на основе такого критерия, как способ производства.

Формационно-стадиальная концепция развития человеческого общества нашла свое изложение в работах К. Маркса.

Позднее в марксистской литературе укрепилась более конкретизированная интерпретация формационного подхода с вычленением в историческом развитии общества пяти способов производства (или, как традиционно указывалось в советской литературе, общественно-экономических формаций): первобытнообщинного, рабовладельческого, феодального, капиталистического и коммунистического.

Другой подход к истории развития общества - *цивилизационный* - более широкий по сравнению с формационным, поскольку в цепочке развития учитываются помимо экономических моментов социальные, политические и особенно культурные факторы, а внимание акцентируется на сложности и многогранности человека, общества, исторический процесс рассматривается во взаимосвязи и преемственности, с точки зрения накопления духовного и материального богатства, учитывается роль общечеловеческих ценностей. При таком подходе экономика трактуется как элемент национальной культуры, сопряженный с системой ценностей данной культуры, понятной и потому принимаемой обществом.

Специалисты, используя цивилизационный подход, дают разную градацию исторического развития общества. Одни считают, что человечество в своем развитии прошло два этапа: длительную эпоху архаичной цивилизации и эпоху современной цивилизации, охватывающую период в 2-3 тысячи лет. Сейчас, в начале XXI в., наступил третий этап - этап новой цивилизации. Другие ученые выделяют семь-восемь (иногда свыше двух десятков) цивилизаций в зависимости от используемого классификационного критерия.

Достаточно часто развитие общества характеризуется с точки зрения смены технологий.

В полном объеме технология представляет собой сложную систему, в основе которой лежит использование орудий, инструментов, аппаратов, процессов, связанных с применением навыков, знаний и умений, адекватной информации, системы управления, использования и применения, нахождения и создания необходимых ресурсов: энергии, сырья и человеческого

потенциала. Наконец, эта система включает в себя подсистему различных социальных, экономических, экологических и духовно-культурных последствий, связанных с возникновением, применением, восприятием или отвержением, внедрением данной технологии.

В историческом разрезе человечество прошло несколько технологических уровней, или укладов.

Первый уровень основан на применении энергии, силы и непосредственной деятельности человека как основного источника и основного пользователя инструментов и орудий (первобытное общество).

Второй уровень основан на использовании энергетических возможностей природы: ветер, вода, огонь, сила животных (традиционное общество).

Третий уровень связан с изобретением и применением паровых машин и соответствующих этому средств передвижения: паровоз, пароход (этому уровню соответствует классический, или промышленный, капитализм).

Четвертый уровень базируется на промышленном использовании электричества, химизации производства, использовании двигателя внутреннего сгорания, механизации основных видов промышленного, сельскохозяйственного труда, на активном использовании современной электроники, современной вычислительной техники и средств связи (переход от индустриального к постиндустриальному обществу).

Пятый уровень представляет собой системный, экологический, безопасный уровень использования современных технологий, освоения космоса, создания универсальных систем для управления и генераций знаний и их максимального использования в производстве, быту, образовании и т.п.

Современным, развитым может считаться только общество, в котором господствующее место занимают четвертый и пятый технологические уровни, т.е. общество высоких технологий. Каждому качественному уровню технологии соответствуют определенные типы общества, цивилизации и культуры.

Смена технологических уровней - важная характеристика, как и эволюция социальных отношений. Они тесно сопряжены, но изолированное их рассмотрение не дает панорамного видения развития общества, поскольку взаимосвязь и взаимообусловленность указанных компонентов проявляются через категорию «цивилизация», элементами которой (наряду с другими) они выступают.

В настоящее время экономисты все больше уходят от жесткого деления истории человечества на конкретные периоды. Более широкое признание получают концепции, основанные на выделении трех стадий, каждая из которых представляется завершенным целым. Периодизация любой из них может в этом случае осуществляться на базе принципов, главным образом свойственных самой данной эпохе, естественно подготавливающей становление следующей в рамках сугубо эволюционного по своему характеру процесса. Согласно такому подходу современная социальная трансформация представляется не единственной в истории человечества глобальной модернизацией. Она завершает продолжительный период, порожденный распадом существовавших в архаическую эпоху примитивных сообществ, и формирует новые противоречия и отношения, представляющие собой не простое отрицание последних 100 или 200 лет, а сложный синтез исторического опыта, накопленного цивилизацией.

Во второй половине XX в., особенно на рубеже XX-XXI вв., особый интерес вызывает, укрупненная градация в развитии общества, а именно: выделение трех эпох (цивилизаций) - доиндустриальной, индустриальной, постиндустриальной (в терминологии Д. Белла), или первой, второй и третьей волны цивилизации (по Э. Тоффлеру), или, премодернистского (премодернити), модернистского и постмодернистского состояния (С. Крук и С. Лэш), или доэкономического, экономического и постэкономического общества (по В. Иноземцеву).

Большую терминологическую устойчивость к настоящему времени приобрело вычленение доиндустриального, индустриального и постиндустриального обществ, характеристики особенностей которых даны в работах Д. Белла, Э. Тоффлера, Р. Арона и многих других.

Доиндустриальное общество. Доминирующей характеристикой деловой активности в доиндустриальном обществе является добывающая отрасль (сельское хозяйство, рыболовство, лесничество, горная промышленность). Уровень технологии низкий или отсутствует вообще. Продуктивность зависит от таких элементов, как время года, дождь, почва, физическая сила человека. Человек действует унаследованными от предыдущих поколений методами (традиционное общество), и его восприятие окружающего мира формируется под влиянием природных условий определенной местности: смены времен года, ураганов и бурь, плодородия почвы, запасов воды, глубины залегания полезных ископаемых, периодических засух и наводнений. Социальная жизнь организована вокруг семьи и домашней работы. Возникает большое количество людей, работающих или пригодных для работы в области личных и домашних услуг.

Ранее всего возникает специализация административной деятельности (вожди в первобытном обществе, управленческий аппарат обществ с государственной организацией), производства социальных услуг служителями культа (шаманы и священники) и производства услуг по защите прав собственности (профессиональная армия, судьи). По мере развития общества выделялись все новые и новые сферы услуг. Уже в античном обществе существовал широчайший спектр сервисных видов деятельности, почти полностью совпадающий с современным – транспорт, торговля, наука, здравоохранение, образование, финансы, искусство, шоу-бизнес и т.д.

Доиндустриальная цивилизация наиболее длительная, продолжительность ее существования исчисляется тысячелетиями.

И в наше время существуют страны, «в которых до сих пор преобладают общинно-родовые, родоплеменные, феодальные и полукапиталистические уклады. По данным ООН, в конце XX в. насчитывалось 48 таких государств, находящихся на стадии доиндустриального развития (около 40% всех стран современного мира). Общая численность населения, проживающего в этих странах, по данным на 1996 г., насчитывает около 550 млн человек, или около 11% мирового населения».

Индустриальное общество. Переход к *индустриальному обществу* начался около 300 лет назад. Доминирующей характеристикой деловой активности в индустриальном обществе является производство товаров, основанное на применении энергии. Экономическая и социальная жизнь механизирована и более эффективна. Машины и энергия, которая их питает, заменили мускульную силу. Разделение труда распространяется все дальше, люди, машины и рынки организованы для эффективного производства и продажи товаров. Именно количество товаров, которыми обладает личность, является индикатором образа жизни.

К уже известным сервисным видам деятельности лишь в 19–20 вв.

добавились немногие относительно новые виды – связь, некоторые виды маркетинга, аудит.

Именно из-за невысокой роли сферы услуг в экономике с 18 в. до середины 20 в. (а в нашей стране – до конца советской эпохи) считалось, что работа в этой сфере вообще не увеличивает общественное богатство.

При этом переход от индустриального к постиндустриальному обществу имеет несколько этапов:

– на первом этапе развитие промышленности предполагает экспансию транспорта и общественных служб как услуг, связанных с движением товара;

– второй этап сопровождается ростом сферы распределения (оптовой и розничной торговли), финансов, операций с недвижимостью и страхованием в условия массового потребления благ;

– на третьем этапе рост национального дохода характеризуется снижением доли расходов на питание, высвобождаемый в результате чего остаток направляется сначала на приобретение

товаров длительного пользования, а затем предметов роскоши, на отдых и потребление других услуг.

В условиях индустриального общества в настоящее время проживает большая часть населения мира, в том числе нашей страны, хотя уровень развития индустриальной стадии в различных государствах неодинаков.

Постиндустриальное общество. Доминирующей характеристикой деловой активности в постиндустриальном обществе является производство услуг. Значение имеют не мускулы и мощность машины, а информация и знание. Подобные процессы обозначаются в науке как «информационная революция» и «сервизация экономики». Центром экономической жизни является профессионал. Он владеет разного рода навыками и знаниями, повсеместно требуемыми в обществе. Требование расширенных специальных знаний и навыков на рабочем месте делает высшее образование необходимой предпосылкой для того, чтобы войти в постиндустриальное общество и достойную жизнь. Индикаторами образа жизни являются количество и качество услуг, которые человек может себе позволить. Массовое производства товаров и рост населения требуют расширения оптовой и розничной торговли, а также таких услуг, как финансовые, операции с недвижимостью, страхование. По мере роста доходов процент денег, которые расходуются на продовольствие, снижается. Прирост доходов в первую очередь тратится на товары длительного пользования, такие как жилье, автомобили, бытовые приборы. Дальнейшие увеличения доходов расходуются на образование, здравоохранение, отпуск, путешествия, развлечения и спорт.

Процесс активного инвестирования на основе наукоемких и информационно-коммуникационных технологий выходит за рамки собственно индустриального производства и направлен в инфраструктурные отрасли – управленческую деятельность, информационно-производственные потоки, наконец, на повышение уровня культуры и профессиональных качеств самих работников обслуживания.

Таким образом, рынок услуг определяется следующими факторами:

– экономическими (изменение доходов населения, уровень цен, инфляционные процессы);

– научно-техническими (информационная революция);

– психологическими (общественное мнение, потребительские предпочтения, восприимчивость потребителей к рекламе);

– социально-демографическими (динамика рождаемости и смертности, миграции населения) и другими.

Вместе с тем существуют и другие доводы, объясняющие рост сферы услуг:

– увеличение эффективности в сельском хозяйстве и промышленности высвобождают рабочую силу для услуг;

– урбанизация, демографические перемены;

– расширение международной торговли;

– рост услуг, сопутствующих производству.

В современных условиях постиндустриальная цивилизация динамично развивается и упрочивает свои позиции. Стремление более углубленно исследовать феномен постиндустриального мира приводит ученых к разработке новых теоретических подходов, концепций, акцентирующих внимание на тех или иных процессах, сторонах, факторах и т.п., характеризующих сущностные моменты новой эпохи в развитии человеческого общества. Все это обусловило терминологическую пестроту, обычно присущую на начальном этапе изучения сложного явления. В настоящее время в литературе можно встретить свыше 30 названий современного общества.

Широкое распространение получила теория информационного общества и соответствующий термин.

Нередко *информационное общество* трактуется как синоним постиндустриального общества, особенно это было распространено в 70-80-е годы 20 в. Более того, позднее, со второй

половины 80-х годов, американские и европейские специалисты большее внимание стали уделять роли и значению не столько информации, сколько знаний, что отразилось в понятиях «knowledge society», «knowledgeable society».
Экономика, основанная на знаниях, или экономика знаний, - экономика, которая создает, распространяет и использует знания для обеспечения своего роста и конкурентоспособности. Это такая экономика, в которой знания обогащают все отрасли, все секторы и всех участников экономических процессов. Это одновременно экономика, которая не только использует знания в разнообразной форме, но и создает их в виде высокотехнологичной продукции, высококвалифицированных услуг, научной продукции и образования.

Этапы развития услуг в России

Причудливость социалистической сферы услуг состояла в ее выраженной двойственности, корни которой произрастали из самой социалистической системы. Практически все виды услуг присутствовали на рынке, если понятие «рынок» в принципе приемлемо для социалистической системы хозяйствования. Так или иначе, трудно спорить с тем, что страна чуть было не победившего социализма имела в своем арсенале услуги, распределенные по всем основным классификационным группам: *банковские, финансовое посредничество, страхование, связь, транспортные, образование, медицинские, туристские, торговля, общественное питание, рынки, средства размещения, бытовые, культура, физкультура и спорт, индустрия развлечения и другие.*
Собственно, финансовое посредничество как услуга на практике не существовало, а банковская сфера и страхование находились в прямом ведении государства («Сбербанк» и «Росгосстрах»). Работа почтовых служб, телефонных и телеграфных линий жестко регламентировалась государством. Признаки рыночных отношений присутствовали фрагментарно и, естественно, нелегально в части «ускорения» и «упрощения» получения услуг типа установки домашнего телефона.
Некоторые признаки частного предпринимательства присутствовали в области транспортных услуг представленные частным «извозом» во всех формах. Высоко коммерциализирована была также зона доступа к услуге: например, искусственно создаваемый и поддерживаемый дефицит железнодорожных или авиабилетов предоставлял широчайшие возможности для спекуляции. Аналогичная характеристика может быть дана торговле общественному питанию, рынкам, где предметом сделки зачастую была *услуга по допуску к услуге:* то есть для того чтобы воспользоваться услугой общественного питания в мало-мальски приличном кафе или ресторане, потребители должны были заплатить швейцару.
Вся система образования, существовала на государственных фондах, которые тем не менее формировались из налоговых средств, изымавшихся у населения. Частный сектор был опять же полулегально представлен услугами репетиторов, преподавателей и должностных лиц вузов и других образовательных учреждений, «помогавших» в решении вопросов поступления в вуз.
Условно «бесплатная» медицина, подобно образованию, была идеологическим лозунгом. Хотя следует признать, что уровень подготовки советских врачей был достаточно высоким. В то же время материальнотехническая база медицинских госучреждений оставляла желать много лучшего. Ситуация, сложившаяся в СССР к 80-м годам 20 века, определила потребителей медицинских услуг как крайне нетребовательных, рассматривающих медицину в весьма ограниченном аспекте, связанном с определенным кругом проблем, среди которых сущность продукта выражалась чаще всего в избавлении от дискомфорта. Вместе с тем платные медицинские услуги существовали и предоставлялись хозрасчетными клиниками, врачами частной практики.
Туризм в СССР был преимущественно внутренним и тесно связан с профсоюзами, рыночные отношения фигурировали только в области неизбежного социалистического дефицита

популярных направлений, путевки на которые являлись предметом спекуляции у должностных лиц.

Отдельно стоит рассмотреть сферу бытового обслуживания населения, под которой понимается совокупность видов деятельности в оказании услуг для населения.

В современных условиях под бытовой услугой понимают полезную деятельность, направленную на удовлетворение социально-значимых потребностей населения, т.е. индивидуальных потребностей, порождаемых семейно-бытовыми отношениями. Примерами бытовых услуг являются услуги прачечных, химчисток, парикмахерских и салонов, ремонт сложной бытовой техники, уборка частных помещений, оказания услуг нянь и сиделок, ритуальные и многое другое.

Бытовое обслуживание является социально значимой областью деятельности, поскольку, сокращая время населения на удовлетворение бытовых нужд в домашних условиях, увеличивают свободное время для отдыха и работы.

Различается три этапа развития сферы бытовых услуг в России.

– Первый этап: до начала приватизации. Сфера бытовых услуг была полностью государственной сферой. В основе планирования лежали не спрос и нужды населения, а «государственный заказ». Рынок услуг жил автономной экономической жизнью. Низкое качество услуг и длительные сроки исполнения привели к высокой доле подпольного частного сектора. Объемы реализации бытовых услуг населению в рамках теневой экономики составляли примерно половину объемов (ремонт и строительство жилья, индивидуальный пошив одежды, ремонт автотранспорта и др.).

– Второй этап связан с созданием кооперативов.

В середине 80-х годов 20 века в сфере быта сложилась парадоксальная ситуация: существенно возросла потребность в бытовых услугах, но при этом снизился спрос на них. Потребители, зная «цену» обслуживания, исходя из прошлого опыта, стали реже прибегать к его помощи, производители же, понимая, что полностью удовлетворить требования заказчиков не имеют возможности, неохотно шли на контакт с потребителями. Такая ситуация объяснялась нехваткой материалов, низким уровнем технического обеспечения, слабой подготовкой персонала и т.д. Людям уже не нужна просто услуга. Они хотят, чтобы служба быта была высокого качества, чтобы она действительно сберегала время и приносила им удовлетворение. И кооперативы оказались первыми в решении проблем перестройки системы бытового обслуживания.

Однако в сфере бытовых услуг кооперирование не получилось, поскольку осталось недоверие населения к кооперативам в связи с запущенностью правовой регламентации работы, а также в связи с начавшимися структурными разрушениями экономики. Эти обстоятельства привели к оттоку предпринимательской активности из сферы производства в область коммерческой деятельности. Тенденция заключалась в изменении методов работы, юридической основы взаимодействия с государственными органами, трансформации системы распределения, но не более того. При этом многие процессы и явления просто «вышли из тени». Принципиально новой сферы и новых рынков при этом не сформировалось.

– Третий этап связан с настоящим развитием и зависит от оценки роли этой сферы в жизни населения и от влияния общих процессов, происходящих в экономике. В целом надо отметить, что новые технологии оказания услуг, полученные из-за рубежа, стимулировали развитие сервисной деятельности и популяризацию услуг, например, послепродажное обслуживание покупателей с предоставлением бесплатных информационно-консультативных услуг, гарантийного и послегарантийного ремонта и технического обслуживания бытовых машин, приборов и устройств, потребность в этих видах услуг в большей степени сформировались с повышением технической сложности товаров.

В настоящее время Россия значительно отстает от ведущих промышленно развитых стран по важнейшим экономическим показателям. Однако ключевыми признаками постиндустриального общества применительно к России начала 21 века являются: в сфере экономики – переход от производства товаров к производству услуг; в сфере занятости –

преобладание класса профессиональных специалистов и техников; в научной деятельности – ведущая роль теоретического знания как источника нововведений и определения политики в обществе.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Термины и понятия, используемые в современной сервисной деятельности – «сервис», «услуга», «сфера обслуживания», «культура сервиса».
2. Социальные обязательства в профессиональной сфере на основе их ресурсного обеспечения.
3. Основные классификации услуг и их характеристики.
4. Теория обслуживания
5. Проблематика формирования сервисного общества РФ.

2. Тема лекционного занятия.: Тема 2.2 **Специфика услуг как товара**

Эволюция понятия «товар»

За последнее столетие само понятие товара эволюционировало весьма значительно. Как экономическая категория в современном понимании, *товар – это все, что может быть предложено на рынке для удовлетворения желаний или потребностей.* Товарами являются материальные объекты, услуги, опыт, мероприятия, образы, индивидуальности, места, объекты собственности, организации, информация и т.д.

В этой связи Теодор Левитт, один из идеологов современного маркетинга, уверял, что потребители “приобретают не сверла диаметром в четверть дюйма, а отверстия того же диаметра”. Потребителю нужна не зубная паста, а здоровыезубы и свежий запах изо рта. Женщина приобретает не крем для лица, а увлажнение кожи; находясь в салоне красоты, она лишь на первый взгляд делает стрижку и окраску волос, а на деле приобретает красоту, молодость и уверенность в себе. “Лада” - недорогое функциональное транспортное средство, а “BMV” (тоже автомобиль) - символ престижа и преуспевания. Обед в ресторанах *McDonald’s* - способ быстро перекусить в приличных условиях, с гарантированным стандартным качеством пищи. Фильм в кинотеатре - это способ развлечения, возможно, из того же ряда, что прогулка по набережной, посещение кафетерия, чтение детектива А. Конан Дойла или поход на футбол. Суть такого товара, как мотоцикл, - скорость и свобода. Суть йогурта - удовольствие и польза.

Суть пищевого оборудования не в технических характеристиках, габаритах и весе - это стабильный пищевой бизнес. Ну а мыло приобретают для чистоты. Другим словами в каждом перечисленном случае потребитель получает то, в чем была его нужда, потребность, выделяя товар по комплексу осязаемых и неосязаемых свойств, включающих в себя упаковку, цвет, цену, престиж производителя или торговца. Для потребителя важно не предложение, а скорее субъективный способ его восприятия. На подобных рассуждениях Ф.Котлер устанавливает схему определения товара на трех уровнях: «замысла», «реального исполнения» и «подкрепления» (рис. 3.1).

В основе подхода лежит стержневая выгода – та услуга, или преимущество, которую приобретает покупатель. Останавливаясь в гостинице, турист обменивает свои деньги на «отдых и сон», покупатель электродрели приобретает «отверстия», производители косметики продают своим потребителям надежду. Производители обуви установили, что покупка обуви стала эмоциональным действием, потому обувной бизнес сейчас – в большей степени продажа эмоций, а не обуви.

Следовательно, любой товар – это заключенная в упаковку услуга для решения определенной проблемы потребителя. В этом плане необходимо выявить скрытые за товаром нужды и продавать не свойства, а выгоды от него.

Второй уровень товара основывается на его стержневой выгоде и называется основным (базовым) товаром. Во второй уровень товара входят все те потребительские свойства, которые важны для покупателя и на которые он обращает внимание при выборе товара. Как правило, сюда входят: товарный знак, а в более широком смысле - фирменный стиль, определяющий

престижность товара, качество и надежность продукции, дизайн, упаковка, вес, габариты, мощность или производительность, эргономические показатели, цена и другие потребительские свойства. Причем, чем больше потребительских свойств у товара, тем более высокая цена устанавливается на него. Такими свойствами могут быть многофункциональность, возможность подключения дополнительных устройств, экологическая чистота, безопасность, отсутствие шума и удобство с точки зрения эргономики и т.д. Например, для гостиничного номера это означает наличие кровати, ванной, полотенца и т.д.

Третий уровень – это ожидаемый товар, т.е. подготовленный производителем набор свойств и условий, которые потребитель ожидает получить при покупке. Это предпродажная подготовка товара, комплекс услуг по продаже (демонстрации, консультации и проявления личного внимания к покупателю, обучение, доставка, установка, продажа в кредит, гарантия возврата и т.д.), а также послепродажное обслуживание, которое, подразделяется на гарантийное и послегарантийное. Например, постоялец гостиницы рассчитывает, что в номере будет чистая постель, свежие полотенца, свет и относительная тишина.

В более поздних работах Ф. Котлер изменил свою многоуровневую модель, добавив два уровня: четвертый уровень – *улучшенный товар* – тот, что отвечает потребностям сверх обычных ожиданий (например, в случае с гостиницей это телевизор); пятый уровень – *потенциальный товар* – улучшения и трансформации, которые, возможно, претерпит товар в будущем.

С развитием рыночных отношений разнообразные виды услуг, связанные со сбытом и эксплуатацией товара, становятся эффективными способами конкуренции (так называемая «неценовая» конкуренция) и важными средствами завоевания рынка, привлечения новых покупателей. Производители начинают понимать, что недостаточно просто произвести товар, необходимо также развивать комплекс продвигающих услуг с целью максимального увеличения потребительской ценности товара, поставляемого на рынок, и в, конечном счете, увеличения рентабельности производства и продаж. Это особенно заметно в отношении сложных видов оборудования, покупатели которого оценивают конкурирующие предложения, исходя из так называемой «полной стоимости» оборудования.

В последнее время на рынке появляются новые виды продукции типа «обслуживание, интегрированное в товаре», как, например, фотоаппараты, позволяющие сразу просматривать изображение.

Главное отличие услуг, связанных со сбытом и эксплуатацией товаров, от других видов услуг заключается в неразрывной связи «товар – услуги», причем, товар может быть продан и без комплекса услуг, но услуги без товара появится не могут.

Как специфической экономической категории услугам, несмотря на их разнообразие, присущи характеристики, которые являются уникальными и присуще всем услугам: *неосязаемость, неотделимость от источника, непостоянство (гетерогенность) качества услуг, недолговечность и отсутствие собственности (рис. 1.2.2).*

Рисунок 1.2.2 – Основные характеристики услуг

Характеристики услуг

Неосязаемость. Большая часть услуг неосязаема**.** Материальный продукт можно увидеть, потрогать, услышать или понюхать, а если это съедобный продукт, то и попробовать на вкус. Услуги не являются материальными объектами, большинство услуг являются действиями, поэтому услугу невозможно продемонстрировать до ее покупки. Поэтому необходимо продумать, как повысить осязаемость услуг.

Потребитель может детально изучить цвет, технические показатели и работу аудиосистемы, которую он желает приобрести. В противоположность этому, клиент парикмахерской не может увидеть результат до приобретения услуги, так же как и пассажиры авиакомпании имеют всего лишь билет и обещание безаварийной доставки в пункт назначения.

Такая услуга, как юридическая консультация, обычно подразумевает предоставление юридической информации и представление клиента в суде. У таких услуг обычно нет осязаемого выходного продукта. Осязаемый продукт может возникнуть только как посредник, через которого услуга доставляется к потребителю. Например, отчет, в котором предлагается решение деловой проблемы клиента, не является реальным конечным продуктом, поскольку реальным конечным продуктом является идея, описанная в этом отчете.

Другие услуги сочетают неосязаемый конечный продукт с материальным продуктом, как в случае с ресторанами и его едой или оформлением интерьера.

После покупки услуги потребитель получает неосязаемый продукт, а скорее ощущения: удовлетворения, восторга, разочарования, досады, гнева, а продавцы услуг должны уметь определять чувства, испытуемые потребителем.

Неосязаемость услуги предопределяет особенности взаимоотношений между продавцом и покупателем услуг. Покупателю порой нелегко разобраться и оценить, что продается, до получения услуги. В связи с этим покупатели вынуждены полагаться на то, что их не обманут и не подведут.

Поэтому при продаже услуги, и особенно при выведении на рынок новых услуг, очень важны подготовительные мероприятия, система внешнего представления, сопроводительные материальные атрибуты, репутация и имя продавца в деловых кругах. В организационном отношении *у продавца услуги возникают две проблемы:*

– сложно показать покупателям свою продукцию;

– трудно обосновать клиентам достоинства своей продукции и объяснить им, за что они платят деньги.

Чтобы повысить степень доверия и укрепить желание клиента, продавец услуг вынужден предпринимать *ряд соответствующих мер:*

– попытаться представить свою услугу в осязаемом виде и максимально повысить восприятие клиентом этой осязаемости;

– подчеркнуть значимость услуги и особенную ценность для конкретного покупателя;

– заострить внимание на прямых и побочных выгодах от предлагаемого обслуживания;

– привлечь к пропаганде своей продукции известную личность, максимально использовать благоприятную ситуацию (событие) или применить оригинальные методы продвижения и реализации.

Для имитации материальности услуги можно использовать атрибутивные элементы: предложить клиенту буклеты и брошюры с информацией о предприятии, квалификации и опыте сотрудников, отзывами благодарных клиентов, подробным описанием услуг и всего, что с ними связано.

Материальным выражением услуг дизайнера или архитектора являются эскизы, наброски, документы, кино-, видео- и фотоматериалы, связанные с реализацией конкретных проектов.

Иногда компьютерные образы хорошо помогают усилить восприятие вещественности некоторых услуг и даже систем обслуживания.

Фирмы, предоставляющие услуги, стараются выбрать эмблемы сервисных марок и знаков обслуживания, изображающие материальные, реальные предметы. Многие крупные сервисные компании выпускают собственные информационные сборники, издают роскошные журналы, где рассказывают о профессиональной деятельности и случаях из практики.

Аккуратный внешний вид сотрудника, непосредственно контактирующего с клиентом или его уполномоченными, также является важным материальным проявлением имиджа услуги, да и самого продавца.

Неосязаемость услуг существенно затрудняет процессы планирования, контроля качества, ценообразования и продвижения их на рынок. В этих областях приходится изрядно

потрудиться, чтобы добиться согласования желаемого с действительным и ожидаемого с возможным.

Отсутствие владения. Важным следствием неосязаемости является то, что для большей части услуг результат приобретения услуги не подразумевает право собственности на нее, а приобретение товара такое право собственности дает. Когда потребитель приобретает товар, он получает личный доступ к нему на неограниченный промежуток времени и право распоряжаться им по своему усмотрению. Например, человек, который покупает стереосистему, может делать с ней все, что захочет: наслаждаться музыкой, подарить ее, использовать как подставку для телевизора или продать. У покупателя услуг такого права нет. Если вы покупаете билет на концерт, вы получаете право быть в числе зрителей только в определенный день и время и не можете присутствовать еще раз, пока не купите другой билет. Из-за отсутствия владения фирмы, предлагающие услуги, должны прилагать особые усилия для привлечения потребителей к повторному использованию услуги. Этому способствует и укрепление имиджа, и поощрение постоянных клиентов системой скидок и другие приемы.

Неотделимость от источника. Услуги предоставляются непосредственно заказчику. Это отличает их от материальной продукции, которая выпускается, как правило, ориентируясь не на конкретного потребителя, а на общий рынок спроса. Поэтому сначала нужно найти потребителя, а затем ее реализовать. Услуги можно оказывать только тогда, когда поступают заказы от конкретных клиентов. В связи с этим производство и потребление услуг тесно взаимосвязаны и не могут быть разорваны.

В то же время степень близости между продавцом и клиентом может быть различной. Значительная часть деловых услуг может предоставляться с участием, но без присутствия покупателя: маркетинговые услуги, перевозки, производственные услуги, строительство и др. Некоторые услуги могут оказываться клиенту с помощью технических средств (компьютерные информационные системы, телефонная, факсимильная связь и др.) или посредством письменных коммуникаций (обучение с целью повышения квалификации, консультации, ответы на письменные запросы и пр.). В этих случаях прямые контакты продуцента и покупателя ограничены.

Услуги неотделимы от своего источника, будь то человек или машина. Реализация и производство в сфере обслуживания базируется на прямых контактах между производителями и потребителями.

Если для продвижения и реализации услуг существует возможность привлечения торговых посредников (агентов), производители стараются ее максимально использовать. Однако основная функция посредников (агентов) заключается в том, чтобы свести продавца - производителя услуг и клиента.

Таким образом, производители являются единственными их продавцами, а торговые агенты выступают лишь вспомогательным звеном в процессе продвижения и реализации услуг.

Данное распределение ролей гарантирует неизменное ключевое положение производителям услуг во всех последовательных процессах продвижения, реализации, производства, потребления.

Для большинства производителей материальных товаров обладание такой естественной привилегией остается мечтой.

Производство и потребление большинства услуг неразделимы: они могут потребляться в процессе изготовления, т. е. ***одновременно*** предоставляются и потребляются. Физические товары, например телевизор, сначала производят, после чего хранят, затем продают и, наконец, потребляют. Однако совет, который дает врач пациенту, дается и воспринимается одновременно.

Второй формой неотделимости от источника является ***присутствие покупателя*** при создании услуги. Преподаватель не может предоставить услугу, если в аудитории нет студентов, осмотр в кабинете врача не может быть осуществлен в отсутствие пациента, так же, как и поездка в поезде без пассажиров.

Совместное потребление некоторых услуг является третьей формой неотделимости от источника. Некоторые услуги поставляются для большой группы покупателей. Слушатели концерта, пассажиры поезда, студенты в аудитории присутствуют при процессе потребления услуги одним человеком. Их поведение определяет степень удовлетворения услугой отдельных людей. Например, большое скопление посетителей в ресторане может испортить атмосферу комфорта для других посетителей. В связи с этим важной задачей является обеспечение того, чтобы покупатели, вовлеченные в процесс потребления услуги, не препятствовали получению удовлетворения другими покупателями.

Нередко неразумно обслуживать в одно и то же время и на одной территории представителей различных сегментов рынка.

Непостоянство качества (гетерогенность) услуг. Одной их основных характеристик услуг является то, что ее качество может сильно изменяться в зависимости от того, кто, когда и как ее предоставляет. Большая часть услуг выполняется людьми, поэтому покупатель и человек, оказывающий услуги, вынуждены взаимодействовать. Полученный результат зависит от их общих действий и от восприятия покупателя. В одной и той же гостинице работник службы регистрации может быть вежливым и работать быстро, в то время как другой, стоящий в нескольких метрах от него, может быть замкнутым и медлительным.

Парикмахерская, юридическая фирма, фирма по набору служащих предоставляют услуги, которые будут разными для каждого конкретного клиента.

С одной стороны, это означает, что даже если один и тот же человек оказывает услугу нескольким покупателям абсолютно одним и тем же способом, у разных покупателей может быть разное восприятие того, что они получили. Они будут испытывать разные чувства по поводу удовлетворения своей потребности.

С другой стороны, человек, оказывая одну и ту же услугу, может варьировать свои действия при каждом отдельном ее исполнении. Большую роль при этом играет физическое и психологическое состояние, которые не могут быть одинаковыми каждый день.

Важнейшую роль в изменчивости услуги играет сам клиент. Каждый потребитель является единственным в своем роде, и каждая услуга в большей или меньшей степени отражает нюансы требований и желаний потребителей.

Это делает невозможным массовое производство очень многих видов услуг.

Важным следствием непостоянства качества предоставления услуги и различия в восприятии покупателей является то, что большая часть услуг не поддается попыткам стандартизации, ведь каждый клиент отличается в своих желаниях как до предоставления услуги, так и во время ее. Во многих случаях порядок предоставления услуг определяет тот, кто ее выполняет. Человек, оказывающий индивидуальные услуги, должен при этом ориентироваться на потребности и желания клиента. Непостоянство качества оказания услуг осложняет осуществление контроля и гарантий качества, а также создает проблему нормирования производительности труда.

Несохраняемость или недолговечность. Большая часть услуг из-за того, что они одновременно производятся и потребляются, не может быть сохранена с целью дальнейшего использования. Места в гостинице, в самолете, в театре или час работы адвоката не могут быть запасены для использования позже. Однако само понятие «несохраняемость» может по-другому оцениваться с точки зрения покупателя. Последствия потребления услуги могут иметь долговременный и материальный характер. Услугу нельзя унести домой, но тот, кому ее оказали, способен получать удовольствие в течение долгого времени после ее приобретения. Хирург, который осуществил трансплантацию сердца, обеспечил не только операцию, но и предоставил пациенту несколько дополнительных лет жизни. Впечатление от театральной постановки – произвести большое эмоциональное впечатление и сохраниться на всю жизнь.

Конкретная услуга представляет собой конкретную потребительскую стоимость лишь в определенный момент, то есть характер поступления заказов на исполнение услуги носит стохастический или случайный характер.

Недолговечность услуги не создает особых проблем менеджерам, если спрос на нее довольно устойчивый. В периоды, когда спрос резко колеблется, используются различные способы устранения несоответствия между спросом и предложением. Например, введение различных цен в разное время может помочь сместить некоторую долю спроса с пиковых периодов на периоды с меньшей загрузкой (низкие цены на ранние киносеансы или скидки в гостиницах в «мертвый сезон»). Справиться с возросшим спросом позволяет привлечение дополнительных временных работников, введение дополнительного количества транспорта в утренние и вечерние часы и т.д.

Отличие услуги от материально-вещественного товара

Услуги можно охарактеризовать по контрасту с материальновещественным товаром. Материально-вещественный товар – это осязаемый объект, который может быть создан и продан или использован позже. Услуга является неосязаемым и скоропортящимся продуктом. Она создается и потребляется одновременно или почти одновременно. Эти определения могут показаться достаточными, однако они несколько упрощает реальный мир услуг и применимы далеко не ко всем услугам. Отличительные характеристики материально-вещественных товаров и услуг приведены в таблице 1.2.1.

Таблица 1.2.1 - Отличительные характеристики материальновещественных товаров и услуг

Материально-вещественные товары	**Услуги**
- вещь	**- деятельность, процесс**
- осязаемость	**- неосязаемость**
- материализация в вещи, могут накапливаться	**- процесс, деятельность не могут накапливаться**
- производство, хранение и распределение отделено от потребления	**- производство и потребление осуществляются одновременно**
- потребитель не участвует в производстве	**- потребитель участвует в производственном процессе**
- передача собственности	**- нет передачи собственности**
- однородные ресурсы и получаемые товары	**- неоднородность (изменчивость) потребляемых ресурсов и результатов**
- редко индивидуальные товары	**- индивидуальность услуг**
- товар получает только один покупатель единожды	**- одну и ту же услугу можно несколько раз перепродать разным покупателям**

- качественно определены	**- неопределенность качества**

Представленные в таблице свойства услуги нельзя абсолютизировать, они могут быть присущи ей в большей или меньшей степени, то есть быть в определенном диапазоне. Однако укажем еще на ряд важных отличий:

- Для услуг характерна большая вовлеченность потребителей в производственный процесс. Поведение и опыт потребителя могут способствовать или препятствовать скорости и эффективности процесса обслуживания.
- Сотрудники компании иногда считаются неотъемлемой частью услуги.

Это приводит к необходимости нанимать сотрудников, обладающих не только техническими навыками, но и навыками общения с людьми.

- Потребителю сложно оценить качество многих услуг, поэтому необходимо постоянно повышать уровень информированности потребителей и формировать атмосферу доверия между сервисной фирмой и клиентом.
- Для сферы услуг важен временной фактор. Необходимо понимать, что потребитель ограничен во времени и значительные временные затраты на получение услуги воспринимаются им негативно. Поэтому необходимо принимать меры для более быстрого обслуживания, увеличения рабочего дня, подумать о возможности обслуживания по схеме 24/7 (24 часа в сутки без выходных).
- Эксклюзивность предоставления услуг состоит в том что любая услуга индивидуальна потому, что есть такие составляющие, как, во-первых, индивидуальный контакт потребителя и исполнителя, во-вторых, наличие договоренности (устной или письменной), и, в третьих, проявление творчества исполнителя.

Приобретение товаров достаточно часто сопровождается **сопутствующими услугами** (предпродажная подготовка автомобилей, доставка товара, обучающие программы по эксплуатации оборудования). Приобретение услуг также сопровождается **сопутствующими товарами**. Так, авиакомпании предлагают широкий ассортимент блюд, напитков, которые являются неотъемлемой частью основной услуги – авиаперевозки. Производитель кухонной мебели может качественно улучшить свое предложение, предоставляя покупателям услуги профессионального дизайнера.

Довольно редко можно встретить организацию, поставляющую услуги или товар в чистом виде. Например, мы покупаем телевизор, промышленный товар, но какая от него польза без услуги телевизионного вещания? В ресторане мы покупаем услугу приготовления пищи или товары, которые представляют продукты питания?

Таким образом, для понимания различия между товаром и услугой необходимо осознать, что эти понятия не являются антиподами, но, скорее, представляют собой две связанные между собой области.

Определение ценности услуги

Основным продуктом сервисной компании, безусловно, является услуга, потребителем которой является клиент, испытывающий потребность в конкретной услуге, готовый ее приобрести и оплатить. Потребитель платит за общую ценность услуг, получаемых в компании в процессе обслуживания.

Определение ценности носит предельно субъективный, личностный характер: ценность - это низкая цена; ценность - это то, что я хочу получить от продукта; ценность - это качество, которое я получаю за цену, которую плачу; ценность - это то, что я получаю за то, что отдаю. В связи с этим Кристофер Лавлок выделяет термин *чистая ценность* для описания суммы всех воспринимаемых потребителем преимуществ за вычетом суммы всех издержек, связанных с приобретением услуги. Испытывая потребность в каких-либо конкретных услугах, потребитель понимает, что в процессе обмена за получение этих услуг он должен нести издержки: денежные, временные, энергетические и эмоциональные (рис. 1.3.1).

Рисунок 1.3.1 – Уравнение ценности услуги, воспринимаемой потребителем

Чем больше разница между этими двумя показателями, тем выше чистая ценность продукта. Для определения разницы между ценой, которую потребители платят, и суммой, которую они фактически хотели бы заплатить за желаемые преимущества (или *полезность),* обеспечиваемые конкретным продуктом, экономисты используют специальный термин *потребительский излишек.*

Если воспринимаемые издержки больше, чем воспринимаемые преимущества, то услуга имеет отрицательную чистую ценность. По всей вероятности, потребители сочтут, что такая услуга имеет "низкую ценность", и решат не приобретать ее. Если вы хотите понять, как потребители проводят подобные расчеты, представьте себе старомодные весы, на одной чаше которых находятся преимущества от услуги, а на другой - затраты, связанные с ее приобретением.

Когда потребители оценивают конкурирующие между собой услуги, они прежде всего сравнивают их чистую ценность.

Таким образом, в применении к услугам: **ценность – это способность удовлетворить потребность или обеспечить выгодой покупателя.**

Согласно этому определению услуга автосервиса имеет ценность для человека, который нуждается в перемещении на большое расстояние, имеет автомобиль. Однако та же услуга имеет незначительную ценность или ее отсутствие для того, кто живет там, где нет автомобильных дорог. Детский центр по соседству может быть очень ценной услугой для одинокого родителя или супружеской пары с маленькими детьми. Этот же детский центр не имеет ценности для супружеской пары, у которой дети уже выросли.

Модель ценности услуги

Модель ценности услуги, используемая в данном пособии, является модифицированной версией модели Зейтамля (Zeithaml), фокусирующейся на ценности покупателя. Ценность услуги складывается из следующих компонентов: воспринимаемое качество, внутренние присущие признаки, внешние признаки, цена в стоимостном выражении, неденежная цена, время
(рис. 1.3.2).

Рисунок 1.3.2 – Модель ценности услуги

Воспринимаемое качество. Чтобы оценить качество услуг или предоставляемого обслуживания, потребители испытывают большие трудности, чем при определении качества продукции, имеющей материальную форму. Качество часто определяется как «пригодность к использованию». Однако более подходящим определением качества услуги может быть «удовлетворение покупателя». Это определение охватывает суть качества для услуг, подчеркивая тот важный факт, что качество существует в глазах покупателя. Покупатель является окончательным судьей качества. Поэтому оценка качества должна производиться с помощью критериев, используемых для этих целей потребителем!

Если покупательское восприятие того, что они получили, соответствует или превосходит их ожидания от услуги, они будут удовлетворены, а, следовательно, для покупателя создана ценность. Чем выше воспринимаемое качество, тем выше полученная ценность услуги. Вместе с тем на ожидания людей относительно качества слуг сильно влияет их предыдущий

потребительский опыт. Они сравнивают услугу с подобной услугой, оказанной другой компанией; с услугами, предлагаемыми конкурентами компании в данной отрасли, с похожими услугами в другой отрасли, они обычно основывают свои ожидания относительно ее качества на таких факторах, как мнение родственников и знакомых, сведениях в средствах массовой информации.

Таким образом, восприятие потребителями качества обслуживания происходит в результате абстрактных предварительных ожиданий и фактических индикаторов уровня обслуживания после предоставления услуг.

Дать четкую оценку качества услуг, учитывая их особенности, - задача довольно трудная не только для потребителей, но и для самих сервисных компаний.

Со временем в каждой отдельной сервисной отрасли вырабатываются определенные *нормы потребительских ожиданий*. Они основываются как на личном опыте клиентов, так и на факторах, которые компания, предоставляющая услуги, может контролировать.

Внутренние присущие признаки. Внутренние присущие признаки – это выгоды, которые предоставляются покупателю. Их часто можно связать с двумя видами услуг: *основной и дополнительной*. Основная услуга является базисом, или минимальной выгодой, которую клиент получает от услуги. Например, при перевозке пассажира на воздушном транспорте *основная услуга* может быть определена как «транспортирование покупателей на самолете из одного аэропорта в другой безопасно и комфортно». *Дополнительные услуги* включают еду, напитки, газеты, кинофильмы, одеяла, связанную с полетом информацию от экипажа.

Часто без дополнительных услуг основная услуга невозможна, ее относительная важность зависит от природы услуги.

Сервисная организация, которая терпит неудачу в предоставлении основной услуги, часто не выживает. Следовательно, удачное обеспечение основной услугой является первым и фундаментальным шагом в создании ценности для покупателя. Однако этого еще недостаточно, чтобы быть конкурентоспособными. Еще большая ценность для покупателей создается предложением дополнительных услуг.

Внешние признаки. Внешние признаки связаны с самой услугой, но существуют вне основной услуги. Репутация университета в определенной дисциплине обеспечивают внешней ценностью образовательную степень, получаемую в данном учебном заведении. Дополнительную ценность может представлять и расположение фирмы в фешенебельном районе. С внешними признаками связны психологические выгоды, например, потребление услуги в определенной организации престижно.

Цена в стоимостном выражении. Это сумма расходов, которые несет покупатель при получении услуги. Она включает цену, начисляемую сервисной организацией, а также другие расходы, которые должен понести покупатель для получения доступа к услуге. Пациент с больным сердцем, который нуждается в операции, должен поехать в другой город, чтобы попасть к опытному хирургу, при этом дополнительно оплатить проезд и жилье для себя и своего сопровождающего.

Цена в стоимостном выражении является иногда наиболее важным фактором для покупателя при принятии решения о покупке услуги. Нет ничего необычного в том, что покупатели связывают ценность с низкой ценой.

Сервисная организация может создать существенную ценность для своих покупателей, когда снижает цены, не ухудшая при этом другие качества услуги.

Неденежная цена. Любая, отличная от финансовой, жертва, которую покупатель должен приносить для доступа и получения услуги, определяется как неденежная цена. Она включает в себя:

7. *время,* потраченное на поиски услуги, на переезд к месту оказания услуги и обратно, на ожидание и выполнение услуги;
8. *психологические затраты:* воспринимаемый риск и беспокойство, ощущаемые до и после выполнения услуги (стресс, получаемый до и после хирургической операции, боль, испытуемая в кресле стоматолога), умственные усилия, непривычные ощущения клиента,

вовлеченного в процесс оказания услуги, беспокойство клиента, впервые встречающегося с услугой;

9. *физические усилия:* (усталость, дискомфорт, иногда телесные повреждения клиента в процессе потребления услуги, если клиент должен обязательно присутствовать в месте оказания услуги либо сервисный процесс предполагает самообслуживание;

10. *сенсорные раздражители* – это неприятные запахи, сквозняки, жара или холод, неудобные сидения, неприглядное зрелище, неприятный вкус.

Время. В создании услуги время рассматривается в трех качествах.

8. ***Время для того, чтобы получить услугу***. Время, потраченное на услугу, может быть значительной жертвой в отношении других видов деятельности или потерю заработка. Некоторые услуги требуют минимального вовлечения клиента, в этом случае время, потраченное покупателем, является несущественным, например, справочная услуга по телефону. Другие услуги, например получение образования, требуют значительного расхода времени – 45 лет.

Время становится критическим фактором во многих сервисных неудачах. Отмененный по техническим причинам авиарейс наносит ущерб потребителю, который нельзя компенсировать никакими, самыми любезными извинениями.

9. ***Экономия времени при использовании услуги.*** Поездка воздушным транспортом является альтернативой передвижения наземным транспортом, миллионы людей летают самолетом из-за возможности сэкономить время. Отправка письма по электронной почте происходит практически мгновенно взамен отправления письма по обычной почтовой службе.

10. ***Временной горизонт, внутри которого услуга предоставляет выгоды.*** Выгоды, предоставляемые услугами, создают ценность для покупателей на различных отрезках времени. Можно выделить 4 возможности:

1. *Ценность сейчас и на короткий промежуток времени.* Стрижка волос дает клиенту непосредственную выгоду и длится несколько недель, причем, выгода уменьшается со временем. Пребывание в гостинице обеспечивает жильем до тех пор, пока клиент не выедет из нее.

2. *Ценность сейчас и на неопределенный промежуток времени.* Предоставление услуг телефона, доставки почты, прививки от различных заболеваний являются примерами услуг, которые предоставляют выгоды непосредственно и непрерывно на неопределенный промежуток времени.

3. *Ценность в будущем и на ограниченный период времени*. Новый детский сад, который построен по соседству, предоставит ценность для некоторых семей в будущем, когда в семьях будут дети дошкольного возраста. Она будет действовать в течение ограниченного промежутка времени, до тех пор, пока дети не пойдут в школу.

4. *Ценность в будущем и на неопределенный период времени.* Услуга дантиста по выправлению зубов подростку длится долго, но обеспечит выгодой ее получателя на всю оставшуюся жизнь. Студент колледжа, только получив образование, сможет устроиться на работу по специальности.

Вместе с тем модель Зейтамля может быть дополнена Ряд исследований, проведенных А. Разумовской и В. Янченко, показывают, что общую ценность услуги формируют:

5. комплексность и качество оказания услуги (услуги предоставляются аккуратно, надежно, на стабильном уровне и с хорошей результативностью);

6. комфорт в процессе оказания услуги;

7. компетентность профильного и контактного персонала (обслуживающий персонал обладает требуемыми навыками и знаниями);

8. гарантии;

9. понимание/знание потребителя (удовлетворение индивидуальных потребностей и притязаний);

10. обходительность (отзывчивость, вежливость и предупредительность профильного и контактного персонала);
11. репутация и имидж фирмы;
12. доступность услуг и оперативность их предоставления (возможность выбора специалиста, филиала/представительства, времени для посещения, дополнительных услуг);
13. коммуникации (доступность информации об услугах компании, ее изложение на языке, понятном для потребителя);
14. осязаемые факторы (внешний вид сотрудников, помещений фирмы и другие факторы, отражающие имидж услуг высокого качества);
15. цены и условия оплаты;
16. доверительность (на компанию, равно как и ее сотрудников, можно положиться, так как они действительно стремятся удовлетворить любые запросы потребителей).

При этом А. Разумовская и В. Янченко выделяют, что сервисная компания в процессе своей коммерческой деятельности продает не только профильные и сопутствующие услуги, но и «себя» как надежного и выгодного партнера. В результате компания реализует, по сути дела, четырехуровневую систему продаж услуг (табл. 1.4.1).

Таблица 1.4.1 – Четыре уровня системы продажи услуг

Уровень	**Что продается**	**Что покупается**	**Цель**
1 Компания	**Бренд**	**Имидж, общее доверие к компании**	**Сделать окружение более дружественным**

Отметим, что перечисленные потребительские факторы формируют общую ценность услуги, которая представляет единство ее качества в профильной области и потребительских свойств, обуславливающих ее способность удовлетворять определенные потребности конкретного потребителя.

Ценность услуг сервисная компания формирует на протяжении всего процесса взаимодействия с клиентом, преимущественно через сотрудников первой линии. На рисунке 1.4.3 приведены основные внутренние факторы, влияющие на общую ценность обслуживания в сервисной компании.

Рисунок 1.3.3 - Основные факторы, влияющие на показатели профильного качества и удовлетворенность клиента полученными услугами

Факторы сгруппированы таким образом, что:

− в левой ветви, «профильной», находятся факторы, определяющие ценность предлагаемой профильной услуги;

− в правой «маркетинговой», перечислены «надстроечные» факторы, то есть повышающие общую ценность услуги.

Таким образом, сервисная организация может создавать ценность для покупателей, улучшая качество услуги. Когда цена в стоимостном выражении снижается, покупатели обычно воспринимают это как повышение в ценности.

Повысить ценность услуги можно тремя способами: добавив к основному продукту новые преимущества, увеличив количество дополнительных услуг, снизив финансовые затраты на приобретение и использование сервисного продукта. Во многих случаях сервисные фирмы могут также добиться этого, сведя к минимуму количество нежелательных для потребителей нефинансовых издержек. Помогут определить, насколько снижение нефинансовых издержек важно для потребителей при решении ими финансовых вопросов, специальные исследования. Снижения нефинансовых издержек можно достичь следующими способами.

− Сократить время, необходимое для покупки, оказания и потребления услуги.

− Свести к минимуму нежелательную для потребителей психологическую нагрузку на каждой стадии обслуживания

− Исключить нежелательные для потребителей физические усилия, которые им приходится предпринимать при поиске необходимых им услуг и их оказании.

− Снизить воздействие неприятных сенсорных раздражителей, создав привлекательную визуальную атмосферу, понизив уровень шума, используя удобную мебель и оборудование, избавившись от неприятных запахов в процессе обслуживания, а также обеспечив приятный вкус еды, напитков или лекарств.

Снижение таких типов издержек может привести даже к тому, что сервисная компания поднимет цену на свои услуги в денежном выражении, а потребители при этом будут продолжать воспринимать их услуги как услуги с "высоким уровнем ценности".

Восприятие потребителями ценности бывает очень разным, и даже один и тот же потребитель меняет свое мнение в зависимости от конкретной ситуации. Например, восприятие может быть совершенно различным до и после использования услуги, что отображает такую характеристику услуг, как качество потребительского опыта. Если потребитель, воспользовавшись какойлибо услугой, понимает, что она обошлась ему намного дороже, чем он рассчитывал, а выгод и преимуществ от ее использования намного меньше, чем ожидалось, он, по всей вероятности, испытает чувство раздражения и будет говорить о низкой ценности такой услуги. В крайних ситуациях, т.е. если потребитель понимает, что компания просто обманула его, информируя о характеристиках, преимуществах, издержках или результатах обслуживания, он может потребовать у нее возмещения убытков либо даже подать на сервисную фирму в суд, обвинив ее в мошенничестве. Хорошие менеджеры стараются максимально подробно проинформировать потребителей о затратах, связанных с поиском, покупкой, использованием продукта, а также об издержках после его приобретения. Они очень тщательно разрабатывают рекламные кампании и презентации их продуктов. Все это делается для того, чтобы потребители четко поняли, что именно предлагает им компания.

Заключение

Подводя итог раздела, следует напомнить, что именно самореализующаяся личность является главным субъектом социального прогресса, тем более в благоприятных для саморазвития социальноэкономических, правовых и нравственных условиях. Создавать такие условия – социальный и нравственный долг всех руководителей на всех уровнях управления.

Сегодня работодателю знания становятся намного нужнее, чем простая исполнительская дисциплина. Умение учиться начинает цениться выше преданности. В результате появляется новый тип организационного контракта, имеющий характер коммерческого партнерства: стороны обязуются взаимодействовать до тех пор, пока это выгодно каждой из них, но сотрудничать с максимальной отдачей в виде творчества со стороны работника и создания условий для этого творчества со стороны организации. В результате меняются отношения внутри организации, в них усиливается рыночная составляющая (компонента), которая представляет более жесткую форму взаимоотношений, требующую адекватного поведения и работника, и работодателя.

При управлении поведением индивида используют ряд теоретических подходов по научению поведению, изменению мотивационных установок. Управление поведением – система мер по

формированию принципов, норм поведения людей в организации, которая позволяет организации достичь поставленных целей в заданные сроки и с допустимыми затратами. В центре внимания находятся элементы поведения сотрудников, связанные с внешней средой, прошлым опытом сотрудника, последствиями поведения и их влиянием на эффективность деятельности организации в целом.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Покупательский риск в сфере отечественных услуг.
2. Рынок гостиничных услуг и его особенности.
3. Рынок туристических услуг и его особенности.
4. Дайте основное содержание понятия ценности в отношении услуг.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 3. **СЕРВИС КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ/**Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать систему знаний об особенностях функционирования рынка сферы услуг; принципах организации сервиса; жизненном цикле услуг;
- рассмотреть процесс разработки услуг. Основные задачи на каждом из этапов сервисной деятельности.;
- рассмотреть стратегические приоритеты сервисной деятельности с точки зрения реализации стратегии смешанного обслуживания;
- изучить теоретические аспекты изучения конкуренции в сфере услуг; сущность и особенности конкуренции на рынке услуг.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности функционирования рынка сферы услуг. Принципы организации сервиса. Жизненный цикл услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Процесс разработки услуг. Основные задачи на каждом из этапов сервисной деятельности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Стратегия смешанного обслуживания. Стратегические приоритеты сервисной деятельности с точки зрения реализации стратегии смешанного обслуживания.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	**Т**еоретические аспекты изучения конкуренции в сфере услуг. Сущность и особенности конкуренции на рынке услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.1 **Виды сервиса. Сфера услуг, принципы организации сервиса, процесс разработки услуги. Жизненный цикл услуг**

Рынок услуг – это непроизводственная сфера, в которой (в рамках производственных отношений) создаются и распространяются услуги, а также организуется процесс обслуживания потребителей с целью удовлетворения спроса.

Рынок услуг как одна из важнейших сфер общественной жизни представляет собой сочетание трех основных элементов:

− комплекс организаций (фирм и предприятий), основу деятельности которых определяет процесс производства разнообразных услуг и обслуживания потребителей;

− совокупность потребителей услуг – структура запросов индивидуальных потребителей и домохозяйств, корпоративной среды и общества в целом;

− состав ключевых принципов (норм и правил) функционирования среды и организации сервисной деятельности, на основе которых осуществляется взаимодействие между производителями услуг и их потребителями.

Сфера услуг – это крупнейший сектор экономики, который «отвечает» за формирование стержневых параметров экономического роста в национальном масштабе, где приоритетное место занимают: своевременное внедрение технических и технологических инноваций, непрерывное обновление научных знаний, широкое совершенствование информационных технологий.

На рубеже веков коренная модернизация сервисной деятельности радикально трансформирует понимание сферы услуг, что находит свое выражение в интеграции услуг в инвестиционный процесс, развитии информационной революции сервиса, повышении значимости корпоративного обслуживания и углублении способности ассимилировать научные знания.

В настоящее время сервис – это стратегический ресурс накопления конкурентного преимущества предприятия и повышения конкурентоспособности продукции.

Содержание сервисной деятельности отражено в классификации основных форм обслуживания:

- материальная форма – формирование комплекса услуг, направленных на удовлетворение материальных потребностей (изготовление на заказ предметов, техническое обслуживание и ремонт);
- познавательная форма – удовлетворение духовных (нематериальных) потребностей общества и отдельного индивида (образовательные услуги, обработка и структурирование информации);
- ценностная форма – укрепление системы ценностей индивида и окружающего социума, которые определяют моральные принципы, искусство, политическую деятельность (правила оценки событий);
- коммуникативная форма – создание платформы общения между отдельными людьми и организациями (организация презентаций и конференций, встреч и выставок, переговоров и форумов).

В последнее время в сфере услуг по темпам роста объемов продаж во многих странах лидирует корпоративный сервис: проектирование систем закупочно-сбытовой логистики, формализация корпоративной стратегии и установление перспективных целей, управление маркетингом, включая создание и размещение рекламных обращений, организация и внедрение научно-исследовательских разработок, аудит. Именно процесс активного инвестирования в инфраструктурные отрасли экономики обеспечивает развитие сферы услуг.

Возрастающее значение сервисного обслуживания населения обусловлено следующими факторами:

- проявление закона возрастания человеческих потребностей;
- повышение степени сложности промышленных изделий, расширение их разнообразия и сферы использования;
- активное развитие средств коммуникаций;
- расширение процесса глобализации (не столько в экономике, сколько в политической, культурной, спортивной и иных сферах социальной жизни), что объединяет людей.

Особенности функционирования рынка услуг

Исторически сложилось, что рынок – это в первую очередь основа товарного бизнеса. Сервисная деятельность связана с товарным рынком и предполагает его сопровождение. Рынок услуг – это формирование спроса и особый подход к разработке предложения товаров широкого потребления и производственного назначения, выполнения разнообразных работ и оказания индивидуальных услуг, формирование предложения финансовых ресурсов и ценных бумаг, золота и драгоценностей, произведений искусства, а также инвестиций в масштабе мирового хозяйства, страны и ее отдельного региона.

Особенности функционирования рынка предоставления услуг и сервисного сопровождения отражены в следующих характеристиках.

- Высокая динамичность процессов – рынок услуг подвержен влиянию различного рода факторов (изменение реальных доходов во времени), в том числе и случайного характера (климатические условия), что обусловливает гибкость отраслевой структуры услуг.

Практика сервиса. Изменение погодных условий (резкое похолодание, беспросветный дождь, сильный порывистый ветер) вызывает сокращение спроса на загородные прогулки и услуги, связанные с организацией отдыха на природе. Вовремя невыплаченная зарплата может поставить крест на походе в парикмахерскую, на обращении в химчистку или на посещении ресторана.

- Сегментация рынка – можно выделить достаточно значительные группы людей, демонстрирующих однородную реакцию на рыночное предложение (комплекс услуг), несмотря на индивидуализацию потребления.

Практика сервиса. Несомненно, повышенный спрос на отдых и туристические услуги наблюдается в летнее время или в период зимних каникул, на посещение кинотеатров и развлекательных комплексов, а также крупномасштабных спортивных мероприятий или концертных выступлений популярных исполнителей – в выходные и праздничные дни.

- Фрагментированный (локальный) характер рынка – каждый отдельный сегмент рынка имеет своеобразные географические границы, определяемые возможностью перемещения, наличием свободного времени и соответствующей суммы средств.

Практика сервиса. Далеко не каждый потребитель готов ехать на край света, чтобы насладиться в обеденный перерыв любимой кухней. Местонахождение пункта химической чистки одежды или ремонта обуви оценивается потребителем расстоянием «шаговой» доступности от дома или места работы.

- Высокая скорость оборота капитала – динамика рынка требует практически мгновенной окупаемости вложенных средств. В этой связи скорость удовлетворения запросов клиента – решающий фактор конкурентного преимущества.

Практика сервиса. Потребитель, «ожидающий в очереди», чувствует, что зря тратит свое свободное время, которое может быть использовано более «разумно». Из нескольких вариантов остекления лоджии или размещения мебели он выберет тот, где получит законченный процесс «под ключ» быстрее.

- Высокая чувствительность к изменениям рыночной конъюнктуры обусловлена тем, что потребители в своей массе могут достаточно легко перестраиваться с одной услуги на другую, с одного производителя на другого.

Практика сервиса. Зависимость от рыночной конъюнктуры определяют проблемы хранения, складирования и транспортировки услуг, а также сбалансированности производства и потребления по времени и в пространстве. В этом случае увеличивается риск оценки объема производства в зависимости от непредвиденных изменений, что выдвигает жесткие требования к методам прогнозирования рыночного спроса (структуры объема возможного выпуска и дифференциации сроков потребления).

- Специфика организации производства услуг – необходимость разработки комплекса (некоторого набора) различных услуг (основных, дополнительных и поддерживающих), которые формируют совокупный персонифицированный продукт.

Практика сервиса. Основная услуга – это базовый продукт, который компания выводит на рынок (планшет как способ общения). Вспомогательная услуга обеспечивает потребление основного продукта. Без вспомогательных услуг весь пакет прекратит свое существование (программное обеспечение). Поддерживающая услуга призвана выделить основной продукт среди остальных, сделать его более привлекательным, повысить его ценность (стоимость). Разработка поддерживающих услуг – основа формирования конкурентного преимущества (доступность необходимых сетевых ресурсов).

- Специфика процесса оказания услуги – для клиента важен не столько результат от потребления услуги, сколько сам процесс, во время которого индивидуум вступает в контакт с персоналом фирмы или техническими ресурсами, если услугу предоставляет автомат.

Практика сервиса. В процессе оказания услуг обслуживающий персонал тесно взаимодействует с потребителем. Именно процесс взаимодействия определяет эффективность обслуживания. Одна из проблем повышения эффективности – формирование не только профессиональных (технологических) компетенций, но и развитие навыков коммуникации персонала (это и есть слабое звено). В отдельных случаях исключение персонала из процесса потребления услуги помогает добиться успеха за счет повышения степени участия клиента в процессе. Магазины самообслуживания по сравнению с традиционной технологией продаж «за прилавком» сужают зону оказания услуги и расширяют зону ее производства. Здесь сам клиент выступает в роли работника торгового зала, отбирая и сортируя, упаковывая и транспортируя товар. Вторая сторона эффективности процесса обслуживания – поведение клиента, который просто вынужден быть вовлеченным в этот процесс. Исключение клиента из процесса опять-таки позволит повысить эффективность операций. Отдаление клиента от процесса услуги за счет введения заочного или дистанционного обслуживания (прием заказов по электронной почте, дистанционный контроль больного) или автоматов (обмен валюты, прием платежей) может обеспечить неплохой результат.

- Высокая степень дифференциации услуги – учет индивидуальных запросов требует максимального разнообразия параметров услуги с тем, чтобы учесть интересы каждого из клиентов.

Практика сервиса. Сопровождение технически сложной продукции на рынках сбыта определяется достаточно широким кругом сервисных решений: необходимость доставки и монтажа, возможность приобретения в рассрочку, демонстрация возможностей товара, наличие гарантийного срока обслуживания и т.п.

- Неопределенность результата деятельности по оказанию услуги – оценка качества предоставления услуг неотделима от конкретного клиента. Качество услуги – это своеобразная мера соответствия предоставляемых услуг ожиданиям потребителя.

Практика сервиса. Повышение «технического» качества процесса услуги должно быть осуществлено посредством разработки и соблюдения стандартов обслуживания потребителей. Стандарт обслуживания – комплекс обязательных правил, которые формируют рамочные условия исполнения всех операций.

ФОРМАЛИЗАЦИЯ УСЛУГ. Таким образом, специфика формализации услуг выражена в следующих характерных чертах:

17. Особенность процесса производства и предоставления услуг как особого вида деятельности организации, который состоит из трех взаимосвязанных элементов: прием

заказов и формирование портфеля предложений, производство (проектирование) услуг, организация обслуживания (реализация) рынка.

Практика сервиса. В этой связи особую актуальность приобретает задача формирования портфеля предоставляемых услуг, что обусловливает необходимость использования методов оптимизации пакета услуг, а также управления жизненным циклом услуг (разработка новых и модификация уже существующих услуг, повышение рентабельности продаж).

18. Персонификация услуг – направленность сервиса на удовлетворение конкретного потребителя, максимально возможный учет индивидуальных потребностей, интересов и желаний отдельного клиента (человека или предприятия).

Практика сервиса. Производство товаров массового потребления не является услугой в силу того обстоятельства, что процесс носит обезличенный характер. Однако изготовление подобного товара по заказу конкретного индивидуума (предприятия) становится услугой.

19. Материальность услуг – производство услуг предваряет процесс удовлетворения материальных потребностей, создает необходимые условия для их полного потребления.

Практика сервиса. Ремонт плеера в сервисном центре обеспечивает лишь необходимые предпосылки для удовлетворения потребности в прослушивании музыкальных произведений. Театральное представление само по себе удовлетворяет духовную потребность индивида, но с позиции общества – создает необходимые условия для плодотворной работы (в плане степени удовлетворения работой и роста производительности труда).

Услуг – это нематериальные активы предприятия. Предприятия по добыче и первичной переработке сырья получают доход за счет добавленной стоимости к различным природным ресурсам. Обрабатывающий сектор занимается производством и реализацией продукции. Сервис повышает стоимость жизни или производства за счет продажи разнообразных нематериальных активов и услуг.

Сервис – деятельность по оказанию услуг, что предполагает комплекс целенаправленных действий, которые осуществляют трансформацию тела или ума, материальных активов или информации посредством организации процесса реализации услуг. Сервисная деятельность – это совокупность операций, связанных с разработкой услуг, которые ориентированы на удовлетворение разнообразных потребностей общества и способствуют повышению конкурентоспособности предприятия на рынке.

Сервисная деятельность организаций обладает следующими особенностями, отличающими ее от других сфер общественной жизни и отраслей народного хозяйства: полная зависимость от спроса на предлагаемые услуги; совмещение производственных и торговых операций; ориентация на социально-культурную и социально-психологическую квалификацию обслуживающего персонала.

ФОРМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ.

Под формой обслуживания понимается разработка определенной методики и техники производства и оказания услуг. В зависимости от технологии обслуживания следует выделить ряд форм.

- Индивидуальное обслуживание – оказание персонифицированных услуг в силу особенностей личности или поведения конкретного человека (медицинское обслуживание, юридическое консультирование, уход за ребенком).
- Массовое обслуживание – направлено на поиск универсальных инструментов широкого охвата однородных потребностей (гостиничное обслуживание, туристические услуги).
- Абонементное обслуживание – предоставление некоторого исключительного права потребителю на дополнительное оперативное обслуживание или внеочередное получение услуги (очередь возникает только среди владельцев абонементов).
- Бесконтактное обслуживание – исключает непосредственное взаимодействие (в период оказания услуги) потребителя и производителя (ремонт бытовой техники, химическая чистка одежды, вывоз мусора и обслуживание территории).

- Обслуживание на дому – предполагает прием заявок от клиента в установленном порядке с последующим оказанием услуги непосредственно на территории клиента (ремонт крупногабаритной техники, ресторанное обслуживание).
- Выездное обслуживание – создание специальных выездных бригад в целях выполнения специфических работ на ограниченной территории (оказание услуг в сельской местности).
- Обслуживание по месту работы – создание на территориях крупных предприятий комплексных подразделений сферы услуг с функциями приема и выдачи заказов на услуги.
- Самообслуживание – приобретение права пользования технологией или оборудованием предприятия за установленную плату, получение квалифицированной консультации и самостоятельное производство необходимой услуги.
- Комбинированное обслуживание – возможность получения в одном месте нескольких видов услуг (гостиницы, турфирмы, автомастерские, санитарно-курортные предприятия).

Принципы организации сервиса

Процесс оказания услуг (на основании изложенного выше материала) состоит из трех взаимосвязанных элементов:
– прием заказов на услуги от населения; – производство (выполнение, оказание) услуг; – реализация услуг.

Прием заказов от населения – начальная стадия процесса оказания услуг, на которой выясняются потребности заказчика, осуществляется детализация желаний в удовлетворении потребности. Процесс производства определяется структурным характером оказываемой услуги (пакета) и индивидуализированными требованиями и пожеланиями заказчика (клиента). Реализация услуг – доведение услуги до потребителя. Процесс оказания услуги – это социальное взаимодействие сторон в процессе осуществления экономического обмена на основе заключения сделки.
СЕРВИСНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КАК СИСТЕМА. Основная цель сервисной организации – качественное оказание услуг потребителю.
Достижение указанной цели определяется непосредственно степенью эффективного исполнения основных функций сервиса.
1. Эксплуатационная функция сервиса направлена на решение тройной задачи:
- формирование пакета услуг – планирование и оптимизация производственного портфеля;
- разработка системы доставки услуг – логистика обслуживания целевого рынка;
- обеспечение ресурсами – определение необходимого состава и потребности в экономических ресурсах в процессе оказания услуги.

2. Маркетинговая функция сервиса связана с обеспечением доступности потребления услуги:
- управление коммуникацией – выбор стратегии и разработка комплекса мероприятий коммуникационного воздействия;
- разработка рекламного обращения – выбор средств размещения рекламы и построение графика периодичности обращений;
- организация продаж – выбор месторасположения, оформление торгового зала, разработка технической процедуры обслуживания;
- стратегия продвижения – состав и последовательность использования методов PR-воздействия и стимулирования сбыта;
- исследование рынка потребителей – оценка степени потребительской удовлетворенности и прогноз изменения потребностей.

РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ. Особое внимание в организации производственной системы необходимо уделить составу, повышению эффективности использования и поиску методов рационализации различного рода ресурсов:

- технические ресурсы – обеспечение высокой степени прогрессивности и повышение гибкости технологических процессов, обновление видов предоставляемых услуг и маркетинга услуг на основе инновационных
разработок;
- трудовые ресурсы – совершенствование профессиональный структуры обслуживающего персонала, анализ демографического состава, развитие способностей и повышение квалификации кадров;
- пространственные ресурсы – размер и характер производственной мощности и производственных площадей, территориальное размещение предприятия, возможность расширения;
- ресурсы организационной структуры – гибкость и адаптивность управляющей системы, скорость и качество принятия управленческих решений, формализация основных трудовых процедур;
- информационные ресурсы – управление информационными потоками как в самой производственной системе, так и во внешней среде, повышение качества и доступности информации, обеспечение ее полноты и достоверности;
- финансовые ресурсы – обеспечение стабильности финансовых потоков, разработка бюджета продаж на основе методов прогнозирования, повышение ликвидности активов и платежеспособности организации, наличие кредитных линий.

Принципы сервиса

Эффективная организация современного сервиса на предприятии должна соответствовать определенному ряду принципов:

10. Обязательность предложения. В глобальном масштабе компании, производящие высококачественные (материальные) товары, но плохо обеспечивающие их сопутствующими услугами, ставят себя в очень невыгодное положение. Здесь следует выделить одно важное обстоятельство:
обязательность предложения не гарантирует обязательность использования.
11. Эластичность сервиса. Пакет сервисных мероприятий может быть достаточно широким: от минимально необходимого набора услуг до максимально целесообразного комплекса предложений. В этой связи следует отметить, что чрезмерное распыление усилий (погоня за всем спектром рыночных потребностей) уменьшает возможности получения стабильного дохода.
12. Удобство сервиса. Сервис должен быть предоставлен в том месте, в то время и именно в той форме, которые соответствуют возможностям потребления и интересам клиента. В этом случае система логистики должна обеспечить рациональное сочетание процессов производства и потребления услуг, которые нередко вступают в губительное противоречие.
13. Информационная отдача сервиса. Основу рационализации сервисной деятельности обеспечивает система сбора и обработки информации, выстроенная на принципах обратной связи. Анализ информационных потоков, исходящих непосредственно от потребительских групп, позволит сформировать объективную оценку мнений клиентов о качестве сервисного обслуживания.
14. Взвешенная (тонкая) ценовая политика. Сервис – не столько источник дополнительной прибыли, сколько ключевой стимул потребления продукции и инструмент укрепления образа компании и доверия покупателей. Цена с точки зрения маркетинга в отдельных ситуациях должна выступать в качестве дополнительного элемента привлечения внимания потребителей.
15. Соответствие производства сервису (гарантии). Производитель обязан строго отслеживать и обеспечивать баланс своих производственных мощностей с возможностями сервисного обслуживания. Никогда не ставить клиента в условия «обслужи себя сам». Обратная сторона медали – техническая адекватность сервиса производственным активам предприятия.

ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА. Организационные формы современного обслуживания следует представить в виде определенного перечня.

– Сервис – прерогатива производителя. Выделение функций сервисного сопровождения обусловлено процессом организации производства и реализации наукоемкой продукции и технически сложных систем, особенно в случае выведения новых разработок и изделий на рынок, когда объем сервисных услуг занимает значительную долю в предложении предприятия.

– Сервис – основная задача филиала производителя. Серьезный географический масштаб (охват) рынка в условиях широкого распространения товаров требует создания специализированных подразделений в местах потребления, а значит, подготовки персонала для сервисных представительств и филиалов изготовителя.

– Сервис – деятельность независимой специализированной фирмы. Обслуживание потребителей в условиях индивидуального потребления товаров массового спроса требует создания особой системы логистики – 3PL (третья сторона). Задача производителя – обеспечить сервис специализированной компании запасными частями и необходимыми (финансовыми и информационными) ресурсами.

– Сервис – бизнес посредника. В условиях ярко выраженной специфики рынка посредник, знающий особенности поведения потребителей и конкретных условий эксплуатации техники, обеспечит более точное, качественное и своевременное исполнение сервисных операций (обслуживание легковых автомобилей, сельскохозяйственной и дорожной техники).

– Сервис – функция логистики. Создание консорциума (сети) по отдельным видам обслуживания и поставке деталей (технически сложных изделий). Центр логистики объединяет специализированные сервисные предприятия (в разрезе различных видов оказания услуг) и обеспечивает взаимосвязь между поставщиками (производителями) и потребителями, которые испытывают потребность в этих услугах.

– Сервис – дело рук потребителя. Мониторинг, техническое обслуживание и организация ремонтных работ поручается (передается) персоналу предприятия-покупателя на соответствующих договорных условиях (обучение обслуживающего персонала, технико-технологическое консультирование, замена устаревших или изношенных частей и агрегатов).

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ. Классификацию (типологию) подходов к организации сервисной деятельности можно выразить с помощью некоторого набора вариантов.

– Негативный подход. Производитель рассматривает «проявившиеся» дефекты изделия, как случайно возникшие ошибки. В этом случае сервис – досадные (необязательные) дополнительные издержки, которые необходимо минимизировать, поддерживая на уровне неизбежных расходов.

– Исследовательский подход. В организационном смысле это «продолжение» предыдущего подхода, но в этом случае ключевое внимание уделяется процедуре сбора и обработки информации о дефектах продукции в целях повышения ее качества. Основа деятельности – не организация сервисного обслуживания и ремонта, а ликвидация причин возникновения дефектов.

– Хозяйственный подход. Сервис – это серьезный источник прибыли компании, особенно в тех случаях, когда продан значительный объем изделий, которые находятся в процессе эксплуатации в послегарантийном периоде. В этих условиях совершенствование продукции (улучшение конструктивнотехнологических свойств) ограничивает доходы от сервиса, но создает предпосылки для успеха в конкурентной борьбе и расширения сбыта.

– Цель сервиса – повышение качества. Совершенствование технических показателей и эксплуатационных параметров выпускаемой продукции на основе организации исследований удовлетворения реальных потребностей и мониторинга условий потребления. Здесь сервис – безусловный источник информации (анализ причин возникновения дефектов и конструкторскотехнологических решений обновления продукции).

– Сервис – средство конкуренции. Предприятия, стремящиеся завоевать конкурентное преимущество, делают акцент на организации образцового сервиса, а также уделяют большое внимание мониторингу изделий в процессе эксплуатации. Первейшая обязанность специалистов по сервису – периодическое посещение потребителей независимо от того, поступил сигнал о возникших проблемах или нет.
– Социально-экономический подход. Сервис – не только неотъемлемая часть процесса производства, но и ключевая задача в решении интересов общества и реализации социально-экономических программ. В этом случае недостаток внимания со стороны производителя к проблемам организации сервиса оценивается потребителями как грубое пренебрежение их интересов.

Жизненный цикл услуг

Проблема жизненного цикла услуг (ЖЦУ) не изучалась так глубоко и качественно, как проблема жизненного цикла товаров (ЖЦТ). В результате, большинство предпринимателей рассматривали эти циклы идентичными и применяли к управлению жизненным циклом услуг методы управления ЖЦТ в неизменном виде.
Жизненный цикл характеризуется изменением объема продаж и получаемой прибыли во времени. Графически это можно представить в виде кривой по форме напоминающей колокол (рис.2.1.1).
Рассмотрим общие и отличительные черты этих циклов в применении к услугам, сопутствующим продаже и эксплуатации сложного оборудования.
Жизненные циклы товаров и услуги имеют общие черты:
– Срок жизни товаров и услуг ограничен.
– Жизненный цикл состоит из нескольких этапов: внедрение, рост, зрелость и спад.
3.На разных этапах жизненного цикла прибыль, которую приносит товар или услуга, различна.
4.Каждый этап требует особого подхода в области финансов, производства, сбыта и управления персоналом.

Рис.2.1.1. Различия в кривых жизненного цикла товара и сопутствующих ему услуг

Жизненный цикл продукта/услуги (рис. 2.1.2) состоит из пяти фаз:
Разработка продукта – это период нахождения и формулировки идеи нового продукта. Во время разработки нового продукта его продажи находятся на нуле, а инвестиции компании растут.
Внедрение – медленное увеличение объема продаж, когда товар или услуга впервые поступает на рынок и только завоевывает покупателей. На этом этапе необходимо произвести затраты на техническую подготовку работников сервиса, чтобы первые же потребители услуг высоко оценили их возможности. В связи с большими затратами на разработку и рекламу прибыль в этот период минимальна или отсутствует вовсе.
Рост – период признания продукта потребителями и значительного увеличения прибыли.
Зрелость – период замедления темпов роста объемов продаж, поскольку товар или услуга нашли признание у большой группы покупателей. Прибыль стабилизируется или начинает снижаться за счет затрат на мероприятия, проводимые с целью отражения атак конкурентов.
Спад – период снижения объема продаж и прибыли.

Рисунок 2.1.2 – Схема жизненного цикла продукта/услуги

Не существует конкретной продолжительности продуктов: одни имеют короткую жизнь со стремительным ростом и падением, другие пользуются спросом долгие годы и десятилетия. Некоторые виды услуг прошли в своем развитии все стадии развития, например, обслуживание и ремонт механических, электрических и электронных печатных машинок, пейджеров. Вступили в стадию зрелости услуги по обслуживанию факсимильных аппаратов и сотовых телефонов.

Следует учесть, если создается система интегрированного управления продукцией промышленного предприятия на протяжении всего жизненного цикла, то ***жизненный цикл промышленной продукции равен жизненному***
циклу материального изделия плюс жизненный цикл сервисных услуг.

Если с первой составляющей, касающейся жизненного цикла материального изделия, все более или менее ясно, то вторая часть данной формулы вызывает определенные вопросы. Классическое понятие жизненного цикла описывает определенный период, отражающий основные этапы развития товара от момента его разработки до вывода с рынка. А жизненный цикл сервисных услуг соотносится с совокупностью жизненных фаз единицы материального товара, начиная с его проектирования и заканчивая уничтожением или, по крайней мере, прекращением его использования последним известным потребителем. Более того, мировая практика диктует производителю, чтобы он нес ответственность за организацию сервисного обслуживания не только выпускаемых, но и снятых с производства видов техники и оборудования на протяжении всего срока их службы вплоть до утилизации. В странах Европейского Союза активно обсуждается вопрос о том, чтобы законодательно возложить ответственность за утилизацию автомобилей на компании-производители.

Управления этапами жизненного цикла сопутствующих услуг

Очень часто производство товаров сопровождается предоставлением услуг по его обслуживанию и ремонту.

В то время, когда товар находится на этапе зрелости, цикл сервисных услуг только начинает набирать обороты. Пик продаж товара наступает, как правило, через 2-3 года, а жизненный цикл сопутствующих этому товару услуг продлевается до 15 лет. Трактор может иметь жизненный цикл до 10 лет, а жизненный цикл услуг может длиться до 100 лет. Согласно статистике, после прекращении продажи товара, до 50% проданного оборудования и машин еще может находиться в эксплуатации и требуют обеспечения обслуживания.

Свыше 70% доходов от продажи сервисных услуг компания получает в то время, когда объем продаж оборудования пошел на спад. Данный феномен можно объяснить следующими причинами:

– эффект увеличения цен на сервисные услуги и рост цен на услуги в связи с необходимостью подготовки технического персонала;
– возможная модернизация оборудования, осуществляемая по достаточно высоким ценам;
– предоставление дополнительных видов услуг по мере физического и морального старения оборудования;
– рост затрат на покупку запчастей;
– рост затрат на ремонт с увеличением возраста оборудования.

В итоге, к тому времени, когда жизненный цикл товара будет находиться на этапе упадка, жизненный цикл услуг будет только входить в этап быстрого роста. Таким образом, **сначала предприятие получает прибыль непосредственно от продажи самого товара, а затем – от продажи сопутствующих ему услуг.**

При умелой организации сервис способен стать решающей статьей дохода! В то же время применение к услугам методов управления ЖЦТ может вызвать негативные последствия.
Рассмотрим особенности управления на каждый из этапов жизненного цикла сопутствующих услуг.
Этап быстрого роста. Каждая фирма, выводящая свой товар на рынок, заинтересована, чтобы этап роста жизненного цикла товара продолжался как можно дольше. С помощью разумной сервисной политики можно добиться преимуществ перед конкурентами:

– Поддержание цен на низком уровне для завоевания рынка.

– Предоставление более длительных сроков гарантии, чем у других фирмпроизводителей.

При этом фирма предоставляет бесплатное гарантийное обслуживание на этапе, когда оборудование, как правило, редко выходит из строя и расходы на сервис уже заложены в стоимости оборудования. Этот метод достаточно успешно использован фирмой *Chrysler*. Она получила значительное преимущество перед конкурентами, предоставив семилетнюю гарантию на пробег семьдесят тысяч миль.
На этом этапе необходимо произвести затраты на техническую подготовку работников сервиса, чтобы первые же потребители услуг высоко оценили их возможности. Таким образом можно использовать один из самых эффективных и дешевых способов рекламы-слухи.
На данном этапе служба сервиса должна работать в тесном контакте с производителем, чтобы в случае возникновения технических неполадок изделия, вызванных заводским браком, внести в товар возможные доработки.
Переходный период. В этот период, когда жизненный цикл товара находится на этапе упадка, доходы от предоставления услуг еще растут. Если первый этап проходил под лозунгом «Рост продаж любыми способами», то лозунг второго этапа «Контроль и еще раз контроль за объемом и качеством предоставления услуг!». В этот период, как правило, увеличиваются цены на услуги. С одной стороны, не следует намного поднимать цены на услуги, так как это может негативно отразиться на уровне продажи товара. С другой стороны, поскольку уровень продаж падает, фирма не может работать себе в убыток и должна поднять цены на услуги. В это время необходимо четко контролировать запасы запчастей. Если запасы растут, в то время как кривая жизненного цикла услуги прошла фазу быстрого роста, то это грозит избыточными запасами, а, следовательно, и падением прибыли.
Этап зрелости. На этом этапе вероятно наибольшее количество выходов из строя оборудования. Начальная стадия этапа зрелости – хорошее время для предоставления скидок на обслуживание подержанного оборудования и машин.
Можно получить прибыль за счет предоставления других видов услуг.
Как правило, на этом этапе предприятие начинает оказывать услуги по модернизации оборудования, особенно, если товар пользуется популярностью и потребитель не хочет его менять, и если высок уровень выходов оборудования из строя.
Этап упадка. В то время, как в глазах производителя «товар уже умер», потребитель смотрит на товар с другой точки зрения. Нельзя ставить клиента в положение «обслужи себя сам».
Производство услуг в сфере послепродажного обслуживания обеспечивается в течение всей жизни изделия, причем, многочисленными субъектами. При выработке политики сервиса необходимо внимательным образом учитывать понятие продолжительности жизни и, в частности не забывать найти посредников за пределами фирмы, которые взяли бы на себя задачу технического обслуживания устаревшего оборудования.
В социально-культурной сфере некоторые услуги могут вводиться очень быстро и также быстро исчезать. Например, ночные клубы, как правило, имеют короткий жизненный цикл с более крутой кривой.
В гостиничном сервисе часто бывает и так, что некоторые отели терпят спад. Капитальный ремонт или полная реконструкция позволяют им вновь обрести утерянную привлекательность, при этом начинается новая стадия роста.

Другие сервисные продукты социально-культурной сферы могут долгое время оставаться в стадии зрелости, например, казино.
В табл. 2.1.1 приведены развернутые характеристики каждой фазы жизненного цикла продукта.
Концепция жизненного цикла продукта полезна для описания функционирования продукта на рынке. Она является не инструментом для определения срока использования продукта, а, скорее, способом осмысления работы рынка, его среды и конкуренции, а также предвидения реакции продукта на действия рыночных сил.

Таблица 2.1.1 - Характеристики фаз жизненного цикла продукта

Характеристика	Фазы жизненного цикла			
	Внедрение	Рост	Зрелость	Спад
Продажа	Низкая	Быстрый рост	Медленный рост	Снижение
Прибыль	Незначительная	Высшие	Снижение	Низкая или
Клиенты	Новаторы	Массовый	Массовый рынок	Отстающие
Цена	Высокая	Низкая	Самая низкая	Разумная
Продукт	Основной	Улучшенный	Дифференцированный	Рационализированный

Сервис как компонент продажи товаров

Сегодняшний «промышленный» мир – это жесточайшая конкуренция фирм и предприятий в производстве и сбыте продукции. В последние годы на первый план в борьбе за потребителя вышли такие факторы как «пред- и послепродажное обслуживание». Совокупность услуг, связанных со сбытом и эксплуатацией продукции, становится основным условием конкурентоспособности фирм. Это особенно заметно в отношении высокотехнологичного оборудования, покупатели которого сопоставляют предложения конкурентов исходя из полной стоимости приобретаемого изделия, включая условия его эксплуатации, износа и обновления. Попытаемся описать основные подходы к осуществлению сервиса, используя классификацию иностранных авторов:

- **Негативный подход.** При данном подходе производитель рассматривает проявившиеся дефекты изделия как случайно возникшие ошибки. Сервис рассматривается не как деятельность, добавляющая потребительскую стоимость продукта, а, скорее, как излишние расходы, которые нужно поддерживать как можно меньшими.
- **Исследовательский подход.** В организационном отношении этот подход во многом похож на предыдущий. Но в отличие от него акцент делается на внимательный сбор и обработку информации о дефектах используемой продукции для улучшения в дальнейшем ее качества. Этот подход больше опирается на выяснение причины возникновения дефекта, нежели на ремонт самого изделия.
- **Сервис как хозяйственная деятельность.** Сервис может быть серьезным источником прибыли организации, особенно если продано большое количество изделий и систем, которые уже находятся в послегарантийном периоде. Любое совершенствование продукта в

направлении увеличения надежности ограничивает доходы от сервиса. Но, с другой стороны, создает предпосылки для успеха в конкурентной борьбе.

- **Сервис - обязанность поставщика.** Сервис должен обеспечиваться тем звеном канала распределения, который наиболее близок к потребителю. Обязанности производителя исчерпываются поставкой оговоренных запасных частей и помощью в рамках гарантийного срока. Сервисная скидка - это очень часто используемое решение для организаций, придерживающихся данного подхода.
- **Сервис - обязанность производителя.** Этот подход основан на том, что на изделии указана марка производителя и только он может обеспечить полный и качественный сервис.
- **Ограниченная ответственность.** Согласно этому подходу, производитель и поставщик имеют обязанности по техническому обслуживанию до окончания гарантийного периода. После этого сервис осуществляется независимыми фирмами.
- **Сервис - средство в конкурентной борьбе.** Усилия фирм, которые придерживаются данного подхода, направлены не только на организацию образцового сервиса. Очень большое внимание уделяется наблюдению за изделием в эксплуатации. Специалисты по сервису обязаны периодически посещать потребителей независимо от того, поступил ли сигнал о возникших проблемах. Отдельные фирмы используют даже бесплатную замену узлов на более современные, разработанные производителем после покупки соответствующей машины. Цель - делом убедить потребителя, что в будущем при возникновении необходимости покупки нового изделия товарной гаммы соответствующего производителя или поставщика он не должен вообще задумываться о каком-либо ином выборе.
- **Цель - оптимальное качество.** При этом подходе внимание направлено на исследование реальных потребностей и условий потребителей и на приспособление к ним технико-эксплуатационных показателей продукции. Сервис рассматривается как важный источник информации о том, почему появилась неисправность и что нужно для усовершенствования продукции, чтобы в будущем этого не случилось.
- **Социально-экономический подход.** Невнимание производителя к проблемам сервиса оценивается потребителями как грубое пренебрежение их интересами. А проведение, например, рекламной кампании с акцентом на организацию и качество сервиса может создать впечатление о том, что сама продукция не очень качественная. Обычно ищут вариант, при котором на производителя (поставщика) возлагается ответственность за освобождение потребителя от всяких забот по поводу поведения изделий в эксплуатации.

Основные задачи системы сервиса

Сервисное обслуживание современной промышленной продукции включает ряд элементов, отражающих жизненный цикл изделия с момента его изготовления до момента выбытия из потребления или, по крайней мере, прекращения использования последним известным потребителем (рис.2.1.3).

Рисунок 2.1.3 – Сервисное обслуживание по всему жизненному циклу

Возрастающее значение сервисного обслуживания покупателей обусловлено следующими устойчивыми тенденциями:

11. возрастание сложности промышленных изделий и появление дополнительных требований к квалификации кадров эксплуатационников, к качеству проведения ремонтных и обслуживающих работ;
12. быстрое моральное старение техники, что приводит к необходимости проведения его модернизации;
13. повышение требований к качеству работы техники;
14. истощение источников естественных ресурсов и возрастание роли вторичных ресурсов;

15. выходящие на рынок сервисные службы и вообще специалисты по сервису являются основным источником информации, необходимой для создания идей новых товаров и модификаций уже производимых.

В последнее время производители столкнулись с конкуренцией, в основе которой лежит не преимущество произведенного товара, а дополнительные услуги, консультации для клиентов и прочие ценимые людьми вещи. Например, для предприятия, применяющего последние технологические достижения, существенную часть сервисного сопровождения продукции представляет обучение потребителей, так как без обучения клиента не могут быть использованы в полной мере функциональные качества изделия.

Анализ деятельности компаний, занимающихся производством компьютерного оборудования, показал, что удельный вес доходов от послепродажного обслуживания в товарообороте составляет от 17 до 30 %. Средний уровень прибыльности этой деятельности превышает 20%, т.е. равен или превышает уровень прибыльности от продаж. Таким образом, сервис и гарантийное обслуживание становятся неотъемлемыми элементами товарной политики.

В основные задачи системы сервиса входит:

16. Консультирование потенциальных покупателей перед приобретением изделий данного предприятия, позволяющее им сделать осознанный выбор.
17. Подготовка персонала покупателя или его самого к наиболее эффективной и безопасной эксплуатации приобретенной техники.
18. Передача необходимой технической документации.
19. Предпродажная подготовка изделия во избежание малейшей возможности отказа в его работе во время демонстрации потенциальному покупателю.
20. Доставка изделия к месту его эксплуатации таким образом, чтобы свести к минимуму вероятность его повреждения в пути.
21. Приведение техники в рабочее состояние на месте эксплуатации (установка, монтаж) и демонстрация его покупателю в действии.
22. Обеспечение полной готовности изделия к эксплуатации в течение всего срока нахождения его у потребителя.
23. Оперативная поставка запасных частей и содержание для этого необходимой сети складов, тесный контакт с изготовителем запасных частей.
24. Сбор и систематизация информации о том, как эксплуатируется техника потребителем (условия, продолжительность, квалификация персонала и т.д.) и какие высказываются при этом жалобы, замечания, предложения.
25. Участие в совершенствовании и модернизации потребляемых изделий на основе анализа полученной информации.
26. Сбор и систематизация информации о том, как ведут сервисную работу конкуренты, какие новшества они предлагают клиентам.
27. Формирование постоянной клиентуры рынка по принципу: «Вы покупаете наш товар и используете его, мы делаем все остальное».

Виды сервиса по времени его выполнения

По временным параметрам сервис разделяется на **предпродажный** и **послепродажный**, а послепродажный в свою очередь – на **гарантийный** и **послегарантийный** по чисто формальному признаку: бесплатно (в первом случае) или за плату (во втором) производятся предусмотренным сервисным перечнем работы. Формальность здесь проявляется в том, что стоимость работ, запасных частей и материалов в гарантийный период входит в продажную цену или стоимость иных (послегарантийных) услуг.

Предпродажный сервис связан с подготовкой изделия к представлению потенциальному или реальному покупателю. Предпродажный сервис всегда бесплатен. Его можно разбить на два вида деятельности: *информирование* покупателей и *подготовка* изделия к демонстрации потенциальному покупателю. При закупке сложного оборудования послепродажное

обслуживание изделий является одним из основных критериев выбора продавца потребителем. В таких отраслях, как производство электронновычислительной техники, автоматического оборудования для легкой промышленности и средств дальней связи отмечается постоянный рост доходов от послепродажного обслуживания.

Послепродажный сервис делится на *гарантийный и послегарантийный* по чисто формальному признаку: бесплатный – гарантийный и за плату – послегарантийный. Расширение гарантийных обязательств, получивших наибольшее распространение в автомобилестроении, заставляет производителей предусматривать значительные расходы на текущий ремонт в гарантийный период, включая их в продажную стоимость товара или в иные послегарантийные услуги.

Сервис в *послепродажный период* охватывает принятые виды ответственности, зависящие от продукции, заключенного договора и политики конкурентов:

11. доставка, монтаж, регулировка, приспособление изделие к существующим условиям труда и запуск его в эксплуатацию;
12. обучение работников правильной эксплуатации;
13. проведение курсов для клиентов по обслуживанию оборудования.
14. осуществление при необходимости ремонта, - поставка запасных частей.
15. наблюдение за изделием в процессе эксплуатации;

Широко распространено ***«****смешанное обслуживание****»*. При этом возможен учет пожелания потребителей при разработке новых типов оборудования, заключение договора «товар – услуги», разрешение проблем финансирования.

Так *General Electric* не только продает и устанавливает дорогостоящее рентгеновское оборудование в больнице, но и берет на себя ответственность по обучению больничного персонала их использованию.

Корпорация *McKesson,* крупный поставщик медикаментов, помогает независимым фармацевтам в организации систем складского и финансового учета, работе с компьютерными формами заказов.

Покупатели крупногабаритного оборудования ожидают от продавца услуг по их установке. Компания *IBM,* например, предпочитает доставлять на место и устанавливать все приобретенное оборудование. Более того, фирма никогда не отказывается от установки оборудования на новом месте в случае передислокации ее клиентов.

Иногда условия эксплуатации техники не позволяют допустить возможности ее простоя на период ремонта (медицинское оборудование по обеспечению жизненных функций больного или аналитическое оборудование, контролирующее параметры непрерывного технологического процесса). В этом случае с момента его запуска в эксплуатацию осуществляется постоянное ***техническое обслуживание***. Развитие договоров о техническом обслуживании по заранее оговоренным тарифам позволяет предприятию обеспечивать себе регулярные доходы в течение всего времени существования связи между клиентом и поставщиком, а не только в послегарантийный период.

Для его осуществления покупатель товара заключает договор на предоставление дополнительных услуг, на техническое обслуживание и т.п. Как правило, это не только непосредственный ремонт, но и разного рода осмотры, проверки в необходимых сочетаниях, определяемых временем, прошедшим с начала эксплуатации и последнего технического обслуживания.

Более подробная информация об основных вариантах организации системы сервиса, структурах службы сервиса и характеристика фирменного сервиса приведены в теме 14.

Виды сервиса по содержанию работ

Тенденции последнего времени показывают, что все большее значение в сервисе играют интеллектуальные услуги, а не чисто технические работы.

Отсюда происходит деление сервиса по содержанию работ:

17. *жесткий сервис* – включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
18. *мягкий сервис* – включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него (например, индивидуальные консультации для фермера по вопросам обработки именно его участка);
19. *прямой сервис* – обеспечение производителю максимума возможного от товара в любой ситуации, т.е. включает жесткий и мягкий сервис;
20. *косвенный сервис* дополняет прямой сервис. Косвенный сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем, например, дилер приглашает жену фермера на бесплатные курсы бухгалтеров, организованные специально для жен фермеров. Это не имеет прямого отношения к покупке трактора, но клиенту это полезно и приятно. Таким образом, косвенный сервис сложными путями также вносит вклад в успехи фирмы.

Принципы гарантийного обслуживания

Известно, что к любому технически сложному товару или услуге при продаже автоматически прилагаются гарантии.
Гарантийное обслуживание осуществляется в рамках документального поручительства фирмы-производителя или продавца товара на выполнение в гарантийный срок обязательств по обслуживанию покупателя. Гарантийное обязательство призвано подтвердить покупателю условия качественного послепродажного обслуживания приобретенного товара.
Гарантия служит защитой для потребителя. Если репутация торговой марки на рынке укрепилась недостаточно, эксплуатационная гарантия является важным фактором, обеспечивающим потребителям качество товара при его эксплуатации в течение оговоренного срока.
Гарантия служит защитой для продавца. Гарантийные обязательства обычно содержат определенные условия эксплуатации, что позволяет производителю защитить себя от необоснованных ожиданий потребителя, от неправильного использования ее товара, от злого умысла. Срок предоставления гарантии, как правило, охватывает период, когда неисправности в работе бывают наиболее редко, и расходы фирмы в этот период - минимальны.
Предоставляя **ограниченную гарантию** (антигарантию) некоторые фирмы уходят от ответственности, если их товар не функционирует должным образом. Ограниченная гарантия служит фактически только для защиты продавца, отвергает даже имитацию служения интересам потребителей.
Пример антигарантии «Вскрытие данного пакета программного обеспечения означает ваше согласие со всеми нижеследующими условиями. Если вы с ними не согласны, вам надлежит срочно вернуть пакет не открытым, и вы получите полное возмещение его стоимости». В данном случае **ограниченная гарантия** предусматривает использовать программное обеспечение «как есть» и весь риск, связанный с качеством и эксплуатацией данной программы ложится на покупателя. При обнаружении в программе неполадок потребитель, а не фирма-производитель понесет все расходы, связанные с необходимым обслуживанием, ремонтом и регулировкой.
Этот пример показывает, каким образом некоторые фирмы отказываются выполнять претензии потребителей.
Гарантия может использоваться в качестве способа конкурентной дифференциации товара. Стратегия современной гарантии заключается в повышении контроля качества и улучшении конструкции товара.
Гарантия устранения любой неисправности оборудования в течение 72 часов в свое время позволила фирме *Caterpillar* закрыть американский рынок

тяжелых строительных машин для японской аналогичной техники.
В арсенале средств конкурентной борьбы французской фирмы *Moultex* - гарантии ремонта любой сложности в течение 48 часов и вне зависимости от причины поломки.

Причиной, по которой положение фирмы *Chrysler* значительно улучшилось в начале 80-х годов, стало введение пятилетней гарантии для автомобилей на пробег 50 тыс. миль. Такая гарантия была значительно лучше, чем у других фирм-производителей, которые давали ее лишь на 12 месяцев с пробегом автомобиля 12 тыс. миль. Потребители поверили, что фирма могла предоставить такую гарантию только потому, что «ее автомобили – самые лучшие в Америке».
Таким образом, образовалась связь между гарантией и качеством.

Эксплуатационные инструкции

Забота о потребителе подразумевает повышенное внимание ко всякого рода мелочам. Одной из таких мелочей является предоставление потребителю понятной инструкции по эксплуатации товара. Тщательно разработанные и хорошо поданные потребителю инструкции повышают качество эксплуатации, а, следовательно, и качество самого товара. Успех или неудача нового товара на рынке может быть напрямую связана с тем, насколько он доступен в использовании и насколько корректна инструкция по его эксплуатации. В связи с этим фирма *Ferguson* при продаже тракторов в Индии выпускает руководство по эксплуатации на одиннадцати наиболее распространенных языках этой страны.
Чтобы товар был успешным, нужно свести к минимуму видимую потребителю сложность. Чем сложнее товар, те меньше вероятность его успеха.
Непризнание этого факта является крупной тактической ошибкой.
Особое внимание уделяется инструкции по безопасности обращения с товаром. Ее нередко выполняют в виде карикатур, так как они лучше запоминаются.
Если плохие инструкции «Инструкции эксплуатационные» по эксплуатации приводят к неправильному использованию товара и, как результат, к плохому качеству его работы, то, как бы превосходны ни были его составные элементы или материалы, из которых он изготовлен, пострадает общее восприятие качества самого товара.
Однако наличие качественной сопроводительной информации играет важную роль не только на рынке потребительских товаров. Представители Аэрофлота заявил, что одной из причин, вызвавших негативное отношение к самолетам «ИЛ-96», было то, что эта машина крайне неудобна в обслуживании. Например, если перечень неисправностей и инструкции по устранению для «Boeing» представляют собой фолиант толщиной в семь сантиметров, то аналогичный документ для «Ил-96» насчитывает всего несколько страничек.
Как его ремонтировать, механики должны догадываться сами.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:
1. В чем заключены особенности функционирования рынка услуг? Ответ подкрепить практическими примерами.
2. Что понимается под формой обслуживания? Составить перечень основных форм в зависимости от технологии обслуживания.
3. Раскрыть содержание основных функций сервисной организации как системы. Определить состав необходимых ресурсов сервисной организации и меры по повышению эффективности их использования.
4. Сформулировать основные принципы организации сервисной деятельности. Дать краткую характеристику каждому из них.
5. Определить состав организационных форм сервиса. Представить классификацию подходов к организации сервисной деятельности.

2. Тема лекционного занятия: Тема 3.2 **Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг**

Текст лекции.

Процветание сервисных организаций связано как с результатом усилий по удовлетворению покупателей, так и действиями сервисной организации по выживанию и сосуществованию со своими конкурентами, т.е. разработкой правильной конкурентной стратегии.

Стратегия – это поиск плана действий, предназначенного для выработки конкурентного преимущества фирмы.

Стратегия помогает определить лицо организации, т.е. позиционирует фирму как для сотрудников, так и для потребителей. Стратегическое управление призвано обеспечить фирме выживание в долгосрочной перспективе. Конечно же, когда речь идет о выживании в рыночной конкурентной среде, не стоит вопрос о том, что фирма может влачить жалкое существование. Поэтому выживание в долгосрочной перспективе автоматически означает, что фирма довольно успешно справляется со своими задачами, принося своей деятельностью, удовлетворение тем, кто входит в сферу ее делового взаимодействия. В первую очередь, это касается покупателей, сотрудников фирмы и ее собственников.

Понятие о конкурентных преимуществах

Как же организация может обеспечивать свое выживание в долгосрочной перспективе, что должно быть ей присуще, чтобы она могла справляться со своими задачами? Ответ на этот вопрос совершенно очевиден: организация должна производить продукт, который стабильно будет находить покупателей. Это означает, что продукт должен быть, во-первых, интересен покупателю настолько, что он готов отдать за него деньги, и, во-вторых, интересен покупателю более, чем аналогичный или схожий по потребительским качествам продукт, производимый другими фирмами. Если продукт обладает этими двумя свойствами, то говорят, что продукт имеет конкурентные преимущества.

Рассмотрение вопроса создания и удержания конкурентных преимуществ предполагает анализ отношений и, соответственно, взаимодействия трех субъектов рыночной среды. Первый субъект - это «наша» фирма, производящая определенный продукт. Второй субъект - это покупатель, который может этот продукт купить, а может и не купить. Третий субъект - это конкуренты, которые готовы продать покупателю свои продукты, которые могут удовлетворить ту же его потребность, что и продукт, производимый «нашей» фирмой. Главным в этом рыночном «любовном» треугольнике является покупатель. Поэтому и конкурентные преимущества продукта – это заключенная в продукте ценность для покупателя, побуждающая его этот продукт купить. Конкурентные преимущества отнюдь не обязательно возникают из сравнения продукта «нашей» фирмы с продуктами конкурентов. Может быть так, что на рынке нет фирм, предлагающих конкурентный продукт, тем не менее, продукт «нашей» фирмы не продается. Это значит, что у него нет достаточной ценности для покупателя или конкурентных преимуществ.

Что создает конкурентные преимущества?

Считается, что для этого есть две возможности. Во-первых, конкурентные преимущества самого продукта:

− Один вид конкурентных преимуществ – это ценовая характеристика продукта. Очень часто покупатель приобретает товар только потому, что он дешевле других товаров, обладающих аналогичными потребительскими свойствами. Иногда продукт покупается только потому, что он очень дешевый.

− торой вид конкурентных преимуществ – это дифференциация. В данном случае речь идет о том, что продукт обладает отличительными особенностями, делающими его привлекательным для покупателя. По мере усиления конкуренции в сфере услуг организациям становится все важнее и отчетливее дифференцировать свой сервисный продукт так, чтобы потребитель это сразу оценил. В условиях жесткой конкуренции всегда существует немалый

риск, что потребитель не заметит особой разницы между конкурентными вариантами и будет принимать решения исключительно в зависимости от того, какая компания предлагает самую низкую цену. Дифференциация не всегда связана с потребительскими (утилитарными) качествами продукта (надежность, простота использования, хорошие функциональные характеристики и т.п.). Она может достигаться за счет марки.
Другими словами, при дифференциации добавляются элементы осязаемости в неосязаемую услугу, уменьшается риски, связанные с неосведомленностью покупателя, за счет хорошо обученного персонала и контроля качества.
Во-вторых, кроме того, что фирма создает конкурентные преимущества в продукте, она может пытаться создать своему продукту конкурентное преимущество в его положении на рынке. Достигается это за счет монополизации части рынка. В принципе, такая ситуация противоречит рыночным отношениям, так как в ней покупатель лишен возможности выбора. Однако в реальной практике многим фирмам удается не только создать для своего продукта такое конкурентное преимущество, но и удерживать его достаточно долго.

Конкурентная окружающая среда

Глубокое понимание окружающей среды, в которой действует организация, является предпосылкой для разработки эффективной стратегии. Организация, которая не знает своих конкурентов и не понимает свою индустрию и правила конкуренции, не сможет выработать эффективную конкурентную стратегию.
Основные факторы внешней среды представлены на рис 2.2.1.

Рисунок 2.2.1 - Основные факторы внешней среды предприятия

Следует отметить, что все факторы, представленные на рис. 2.2.1, являются взаимосвязанными, однако в каждый отдельный момент времени сила их связи может быть разной.
Факторы внешней среды предприятия целесообразно подразделить на факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия.
Факторы прямого воздействия оказывают непосредственное влияние на коммерческую деятельность предприятия. К ним относятся: государство, конкуренты, поставщики и потребители.
Государство выступает регулирующим фактором, оно разрабатывает промышленную политику, принимает налоговое законодательство, определяет виды налоговых льгот, осуществляет таможенный и юридический контроль, регулирование цен на энергоносители, транспортных тарифов.
Государство посредством денежной и кредитной политики может оказывать влияние на изменение соотношений и структуры инвестиционного спроса и предложения, оно определяет стратегию поведения инвесторов на рынке, проводит промышленную политику, т.е. комплекс мер, осуществляемых государством в целях повышения эффективности и конкурентоспособности промышленности страны и формирования более эффективной структуры.
Конкуренты могут оказывать значительное влияние на выработку стратегии предприятия, от них зависят доля данного предприятия на товарном рынке, в ряде случаев уровень цен на товары и в конечном итоге положение предприятия на рынке.
От *поставщиков* зависят цены на сырье и материалы, условия заключения контрактов купли-продажи, качество поставляемых материальных ресурсов.
Вкусы и предпочтение *потребителей,* их поведение на рынке оказывают влияние на объем сбыта продукции и величину доходов предприятия.

К *факторам косвенного воздействия* относятся политические и экономические, научно-технические и социальные.

Политические факторы определяют политическую обстановку стабильность общества (от них зависят зарубежные инвестиции), а также отношение правительства к состоянию реального сектора экономики.

Экономические факторы - это темпы экономического роста, уровень занятости, платежный баланс страны, уровень инфляции. Экономическая среда оказывает активное влияние на деятельность предприятия, и оно может быть как позитивным, так и негативным, поэтому предприятие должно прогнозировать тенденции в изменении экономической среды и приспосабливаться к ним.

Научно-технические факторы имеют очень большое значение, так как использование их создает для предприятия дополнительные возможности развития и получения преимуществ среди конкурентов.

Учет *социальных факторов* (соотношение между высшими, средними и низшими классами, жизненные ценности людей, традиции и др.) позволяет определить специфические особенности деятельности на рынке.

Вместе с тем, анализируя конкуренцию, М. Портер выделяет пять факторов, определяющих внутреннюю привлекательность рынка или сегмента сточки зрения долгосрочной прибыли: конкуренты, потенциальные участники, товары - субституты, покупатели и поставщики (рис. 2.2.2). Рассмотрим эти факторы.

Рис. 2.2.2 – Модель пяти сил конкуренции

1. Существующие конкуренты. Можно просто не обращать внимания на конкурентов. Однако знание конкурентов, их услуг и методов работы может помочь вам повысить свою конкурентоспособность даже при небольших изменениях в работе. Сравнив свои услуги с услугами конкурентов, можно определить свои конкурентные преимущества, свои позиции на рынке.

Первоначально необходимо выявить конкурентов. Другая проблема - сложно наблюдать за всеми реальными конкурентами, поэтому полезно выделять стратегические группы. Стратегическая группа - это группа фирм в отрасли, которые являются прямыми конкурентами или используют схожие стратегии деятельности на рынке. Стратегические группы могут иметь ограничивающие барьеры входа: лицензия, уникальная технология, наличие специализированной рабочей силы, и т.д. Например, в нефтегазовом комплексе сервисные стратегические группы можно выделить по типам работ: добыча, транспортировка, переработка, реализация продукции.

Для сбора информации о конкурентах используются самые разные методы, вплоть до потребления услуги в качестве клиента, поступления на работу в конкурирующую фирму, привлечения на работу сотрудника конкурирующей фирмы и промышленного шпионажа. Много информации можно почерпнуть из рекламных сообщений, проспектов, каталогов, посещений выставок, презентаций и других мероприятий, то есть следующие сведения:

- услуги, основные и дополнительные, предлагаемые конкурентами;
- используемые технологии;
- цена предлагаемой продукции;
- особенности осязаемых факторов (внешний вид офиса, наличие информации, привлекательность униформы сотрудников); - реакция сотрудников и время получения услуги.

Особенно важно знать конкурентов, если компания только выходит на рынок или предлагает новый вид услуг. Так, например, если высока вероятность того, что очень сильный конкурент намерен переместиться в выбранную вами рыночную нишу или уже занимает ее, то, возможно, разумнее пересмотреть свое решение.

Интенсивность борьбы между существующими конкурентами может быть различной:

- Когда фирмы в отрасли имеют приблизительно одинаковый размер и ресурсы, их борьба между собой может быть жестокой и длиться очень долго, расходуя силы и средства каждой. Порой это заканчивается их слиянием и расширением доли рынка. Однако тенденция к монополизации рынка всегда невыгодна для потребителей, и для защиты их интересов в действие вступает антимонопольный комитет.
- Конкуренция в медленно растущей отрасли означает, что увеличение чьей-то доли рынка происходит за счет потери кем-то своей доли рынка, что приводит также к жестокой борьбе.
- В фрагментированной отрасли, т. е. отрасли, в которой нет фирмы, занимающей доминирующее положение или владеющей значительной долей рынка, что особенно уместно для услуг, начать дело и существовать значительно легче. В таких отраслях обычно большое число фирм маленьких и средних размеров, и ни одна не оказывает существенного влияния на практику работы. К такому типу можно отнести мастерские по ремонту автомобилей. Для подобных организаций характерны: низкие барьеры для входа (размеры денежных и материальных затрат для начала своего дела), постоянные колебания объема продаж, никаких преимуществ размера фирмы в отношениях с покупателями и поставщиками, рост расходов, связанных с масштабами производства.

2. Потенциальные конкуренты. Новый участник может принести новые идеи, новую технологию и средства обслуживания, а это может означать потерю покупателей, потерю рыночной доли и уменьшение прибылей. Серьезность этого типа угрозы для организации зависит от барьеров на входе, доступа к сбытовым сетям, требования лицензирования, желания покупателей переключиться на новые технологии. Появление потенциальных конкурентов можно предвидеть, имея представления о новых достижения науки и техники в своей области, мировых тенденциях, модных направлениях. Крупные инновации в сфере услуг встречаются довольно редко, намного чаще компании пользуются новыми технологиями, чтобы оказывать уже существующие услуги новыми методами. Поиск конкурентного преимущества часто основывается на усовершенствовании дополнительных услуг, которые окружают основной сервисный продукт и повышают его ценность. Среди возможных направлений деятельности в автосервисе можно указать:

- При продолжительном цикле ремонта и невозможности сокращения срока обслуживания, клиенту предоставляется автомобиль фирмы напрокат.

Плата за прокат не взимается, но автомобиль должен быть возвращен с тем же количеством бензина.

- Доставка на станцию автомобиля, который не может самостоятельно двигаться, транспортными средствами станции.
- Предоставление услуг непосредственно в местах нахождения автомобилей, гаражах (проверка составов отработавших газов, регулировка клапанов, продувка карбюраторов, бензонасосов), что особенно актуально перед прохождением технического осмотра.
- Доставка на дом запасных частей или ремонт с выездом мастера на дом для доставки автомобиля или неисправного агрегата на станцию с последующим возвращением его.
- Создание пунктов для обслуживания клиентов на дому и на дорогах, организация сети телефонов для вызова технической помощи.
- Создание пунктов аренды оборудования, инструментов.

- Создание сети консультационных и диагностических пунктов.
- Создание клубов автолюбителей определенной марки машин.
- **Услуги-заменители.**Заменителем услуги является другая услуга, которая выполняет ту же функцию или предлагает потребителям другие способы достижения аналогичных благ. Например, заочное обучение с помощью радиопрограмм компакт-дисков и видеокассет – это конкуренты обычных занятий в традиционном учебном заведении. Замороженный обед может быть заменителем еды в кафе, если функция компании состоит в том, чтобы накормить. Услуги-заменители (родовые конкуренты) сокращают потенциальную прибыль, уменьшая количество потребителей.
- **Покупатели (клиенты).** Покупатель оказывают определенное давление на фирмы посредством спроса на более низкие цены, высокое качество или большее количество дополнительных услуг.
- **Поставщики.** Поставщики снабжают организацию различным сырьем, материалами и комплектующими изделиями, полуфабрикатами, финансами, энергетическими и информационными ресурсами. От их деятельности зависит эффективность работы организации, себестоимость и качество производимого организацией продукта

Поставщики, если они обладают большой конкурентной силой, могут поставить организацию в очень высокую зависимость от себя. Поэтому при выборе поставщиков важно глубоко и всесторонне изучить их деятельность и их потенциал с тем, чтобы суметь построить такие отношения с ними, которые обеспечивали бы организации максимум силы во взаимодействии с поставщиками. Конкурентная сила поставщика зависит от следующих факторов:

- уровня специализации поставщика;
- стоимости переключения на других клиентов;
- степени специализации покупателя в приобретении ресурсов;
- концентрированности на работе с конкретными клиентами; - важности для поставщика объема продаж.

При изучении поставщиков, материалов и комплектующих, в первую очередь, следует обращать внимание на следующие характеристики их деятельности:

- стоимость поставляемого товара;
- гарантия качества поставляемого товара;
- временной график поставки товаров;
- пунктуальность выполнения условий поставки товара.

Поставщики могут оказывать давление посредством своих требований более высоких цен или снижения качества, поставляемой ими продукции.

Важной группой поставщиков является рабочая сила, которая может оказывать давление путем изменений условий труда, размеров его оплаты или забастовок.

На практике, для того чтобы облегчить работу по оценке конкурентоспособности, чаще всего используют сводные листы (специальные таблицы), в которых вносятся данные о производителе услуг и его основных конкурентах.

Выбор целевых потребителей

Стратегия компании не может быть направлена сразу на всех потребителей, и не каждому клиенту подходят предлагаемые способы предоставления услуг. У различных клиентов бывают очень разные потребности, и они представляют разную ценность для обслуживающей компании. Из этого следует, что необходимо выделить покупателей, которые стремятся и способны получить услугу. Это называется сегментацией. Сегментация стремится выделить группы покупателей с общими характеристиками, потребностями, покупательским поведением, используя географические, демографические (возраст, доход, уровень образования), психографические, технографические (насколько готовы и желают использовать последние технические достижения) и другие принципы (рис.

2.2.3).

В результате эффективного сегментирования выделяется из нескольких целевых рыночных сегментов и предпринимается все возможное для формирования постоянной клиентуры. Например, гостиница, расположенная в конкретном городе, может ориентироваться на потенциальных постояльцев, обладающих такими общими характеристиками:

6. приезжают в командировку (демографическая сегментация),
7. приезжают к клиентам, находящимся в непосредственной близости к гостинице (географическая сегментация),
8. согласны платить определенную сумму за гостиничный номер (потребительская реакция).

На предприятиях, предоставляющих услуги, направленные на человека, когда клиенты становятся частью сервисного продукта, конфликты могут возникать, когда в одном месте одновременно собираются представители совершенно разных сегментов. В ресторане, славящемся тихой и романтической обстановкой, неуместны возбужденные болельщики, зашедшие отпраздновать победу своей команды, тем более хулиганы – фанатики двух соперничающих команд. Существует много способов отвадить нежелательных клиентов, так, многие шикарные рестораны, придерживаются определенных стандартов относительно одежды, ВУЗы отбирают для обучения абитуриентов с определенным уровнем знаний.

Рисунок 2.2.3 - Базовые критерии сегментации по Ф. Котлеру

Создание унифицированной клиентуры не всегда возможно и даже не всегда желательно для фирм, работающих на рынке услуг. Два четко разграниченных сегмента могут по отдельности способствовать процветанию фирмы, но плохо функционировать в комплексе. В идеале потенциально конфликтующие между собой рыночные сегменты необходимо разделить по месту и времени. Примерами разделения первого типа могут служить, например, наличие в самолетах салонов первого, бизнес- и эконом – класса (в зависимости от того, какую цену готовы заплатить пассажиры за улучшенный сервис); размещение участников конференций в гостинице на одном этаже отдельно от других гостей; предоставление банком клиентам с солидным банковским счетом отдельного входа и специального помещения для сделок, чтобы создать атмосферу повышенной конфиденциальности. Разделение клиентов по времени достигается при последовательном использовании помещений, в которых предоставляется услуга, клиентами из разных целевых сегментов, благодаря чему они не пересекаются.

Стратегии создания конкурентных преимуществ

Существует три стратегии создания конкурентных преимуществ.

1. Стратегия лидерства в цене (экономии на издержках). Организация следует такой стратегии, если борется за то, чтобы быть производителем дешевых товаров в своей отрасли. При данной стратегии центром внимания фирмы при разработке и производстве продукта являются издержки.

Основными источниками создания ценовых преимуществ являются:

- рациональное ведение дел на основе накопленного опыта;
- большой объем производства, снижение издержек на единицу продукции за счет роста объема производства;
- экономия на разнообразии, предложение набора стандартных, упрощенных услуг;
- оптимизация внутрифирменных связей, способствующая снижению общефирменных затрат;
- интеграция распределительных сетей и систем поставки;
- льготный доступ к сырью;
- географическое размещение деятельности фирмы, позволяющее добиваться снижения издержек за счет использования местных особенностей.

Проводя в жизнь *ценовую стратегию* создания конкурентных преимуществ у продукта, фирма не должна забывать, что ее продукт в то же время должен соответствовать определенному уровню качества. Только в этом случае ценовое лидерство может принести существенный эффект. Если же качество продукта ценового лидера существенно ниже качества аналогичных продуктов, то для создания ценового конкурентного преимущества может потребоваться столь сильное снижение цены, что оно может привести к отрицательным последствиям для фирмы.

2. Дифференциация. При данной стратегии фирма старается придать продукту что-то отличительное, необычное, что может нравиться покупателю и за что покупатель готов платить. Стратегия дифференциации предполагает создание продукта по-своему уникального, отличного от продуктов конкурентов. Чтобы добиться этого, фирме приходится выходить за пределы функциональных свойств продукта. Но важно помнить, что для появления конкурентного преимущества необходимо, чтобы необычность продукта, его новизна или уникальность имели ценность для покупателя. Обычно уникальность сопровождается увеличением расходов организации, которые приводят к увеличению цены услуги. Однако, если цена слишком высока, низкая цена конкурентов может превзойти привлекательность уникальности.

Фирмы совсем не обязательно используют дифференциацию для получения надбавки к цене. Дифференциация может способствовать расширению объема продаж за счет увеличения количества реализованных продуктов либо же за счет стабилизации потребления, вне зависимости от колебаний спроса на рынке.

Эта стратегия не всегда совместима с завоеванием большой доли рынка, поскольку большинство покупателей не склонно платить повышенную цену даже за превосходный товар. Предприятиям, осуществляющим стратегии технологической или продуктовой дифференциации, *необходимо учитывать ряд проблем.*

- Обычно в сфере делового сервиса инновации легко копируются конкурентами. Только некоторые из них, как правило, связанные с техническими нововведениями, регистрируются на предмет преимущественного права использования в течение длительного времени.
- Чем технически, технологически и структурно сложнее модели предложения, а также чем значительнее нововведения, заложенные в них и в процессы продвижения, реализации и производства услуг, тем большему риску подвергаются предприятия, оперируя на обусловленном рынке.
- Выход на целевой рынок с новыми моделями предложений, не имеющих близких аналогов, требует принципиально нового подхода к маркетингу.

В отношении разработки продуктовой политики провайдеров заметим, что для новых видов услуг все проведенные ранее обследования рынка оказываются непригодными по той причине, что трудно заранее узнать у потенциальных клиентов, необходимо ли им то, чего прежде они никогда не потребляли

С коммерческой точки зрения идеальным является только то предложение, которое осуществляется по идентифицированному заказу. Поэтому, как уже отмечалось, подавляющее большинство продуцентов деловых услуг избирают именно этот путь развития. Однако дифференцированные предложения обычно дороже серийных
(стандартизированных). Крупные продуценты не могут себе этого позволить. Они потому и стали крупными, что за счет массовости стандартизированного производства значительно снизили себестоимость производственнокоммерческих процессов.

3. Специализация. Третьей стратегией, которую фирма может использовать для создания в своем продукте конкурентных преимуществ, является *концентрация внимания на интересах конкретных потребителей.* В этом случае фирма создает свой продукт специально для конкретных покупателей. Создание такого продукта связано с тем, что либо удовлетворяется какая-то необычная потребность определенной группы людей (в этом случае продукт фирмы очень специализирован), либо же создается специфическая система доступа к продукту (система продажи и доставки продукта). Проводя стратегию концентрированного создания конкурентных преимуществ, фирма может пользоваться одновременно как ценовым привлечением покупателей, так и дифференциацией.

Такая стратегия строится на обслуживании ограниченного сегмента потенциального рынка и ставит целью удовлетворение потребностей целевого сегмента лучше, чем конкуренты. Тип стратегии специализации, связанный с лидерством по издержкам, может быть успешен, если организация может выделить клиентов, не требующих дорогого обслуживания. Например, госпиталь в Торонто делает операции только на паховых грыжах и принимает только тех пациентов, у которых нет сопутствующих заболеваний. Следовательно, он отбирает менее дорогостоящих в обслуживании пациентов и может устанавливать цену, которая составляет треть от стоимости этой услуги конкурентов.

Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики

Как и в других областях, в сервисе стандартизация является эффективным средством обеспечения совместимости компонентов, взаимозаменяемости отдельных элементов, унификации систем обслуживания, повышения надежности, обеспечения норм безопасности и экологических требований, а также единства характеристик и свойств качества в

реализуемых пакетах услуг. Именно через стандартизацию услуг можно решить большую часть проблем, связанных с управлением качества.

Объектом стандартизации могут быть отдельные услуги, сопутствующие им материальные товары, пакеты услуг, сервис, а также те или иные процессы, которые характеризуются многократным воспроизведением или использованием.

Стандарты могут быть: внутрифирменными, отраслевыми, международными.

В сфере услуг о стандартизации можно говорить лишь применительно к отдельным их видам, а точнее – к отдельным технологическим процессам их производства и реализации.

Тем не менее, частично данную проблему решить можно, причем, довольно эффективно. Возможность использования в некоторых отраслях сервиса автоматизированного труда и производственных линий позволяет существенно увеличить количество стандартизированных процедур и уменьшить свободу трудно контролируемых действий персонала. Кроме того, значительно снижается трудоемкость работ.

Достижения научно-технического прогресса и постоянный поиск любых возможностей замены физического труда техникой там, где это приемлемо, стимулирует возникновение новых и развитие тех услуг, которые обеспечивают одновременно автоматизацию труда со стороны исполнителя и расширенное участие самих клиентов в процессах реализации производства и потребления.

В сфере услуг (деловых и потребительских) все шире распространяется понятие «стандарт обслуживания».

Стандарт обслуживания представляет собой комплекс унифицированных, строго последовательных процедур и обязательных правил обслуживания, которые направлены на обеспечение установленного уровня взаимосогласованных параметров качества производимых работ и операций.

Стандарт обслуживания является основой для разработки системы нормативных требований в сфере обслуживания и определяется целями организации. Примеров можно привести множество. Вот некоторые из них, культивируемые в передовых сервисных структурах:

5. Максимальное время ожидания ответа на запрашиваемую информацию по телефону не должно превышать 2-3 минут.
6. Время, отведенное на теле - диагностику (установление причины неработоспособности технических средств по телефону в послепродажном сервисе) не должно превышать 10 минут.
7. По каждой жалобе и претензии деловому клиенту должен быть направлен письменный обоснованный ответ.
8. Время перевода адресату безналичных сумм с расчетного счета клиента (в банковской, трастовой сферах) не должно превышать нескольких часов.
9. Время, проведенное в очереди в банке не должно превышать 5 минут (иначе руководство банка Уэллс Фарго обещает внести на банковский счет клиента 5 долларов).
10. Офис для приема посетителей должен быть обеспечен соответствующими удобствами и информационно-рекламными материалами.

Нормировать можно требования по обработке и оформлению документов, требования, предъявляемые к одежде и внешнему виду сотрудников.

Стандарты могут иметь совершенно конкретные значения, например, «уменьшение брака с 15 до 3%», «повышение корпоративного дохода на инвестировании до 7%» или «снижение числа несчастных случаев на каждые 100 тыс. рабочих часов», причем многие компании разрабатывают количественные показатели еженедельные, еженедельные, ежемесячные.

Нормативные показатели должны устанавливаться предельно точно, чтобы менеджеры и рабочие постоянно использовали их в повседневной деятельности.

Для того чтобы все сотрудники в полной мере усвоили установленные отраслевые и корпоративные стандарты обслуживания, которые они должны постоянно, в каждом конкретном случае соблюдать, используются различные системы обучения, переподготовки, повышения квалификации персонала, тренинги.

Когда стандарты прямолинейны и абсолютны, менеджеры обычно осуществляют контроль сравнительно легко. Однако сравнение оказывается более сложным, когда стандарты не абсолютны и не открыты.

Стандарт обслуживания устанавливает формальные критерии, по которым оценивается уровень обслуживания клиентов и деятельность любого сотрудника фирмы. Это могут быть, например такие показатели, которые можно сравнить, кстати, с правилами внутреннего распорядка. Сравнения правил внутреннего распорядка в ресторанном бизнесе и стандарты обслуживания для авиакомпании приведены в табл.2.2.1

Таблица 2.2.1 – Правила внутреннего распорядка и стандарты обслуживания

Правила внутреннего распорядка (в ресторанном бизнесе)	Стандарты обслуживания (для компании American Airlines)

Таким образом, стандарты обслуживания клиентов отражают:

3. коммуникативные табу (жесткие и мягкие) и речевые ограничения - т.е. что можно и что нельзя сообщать клиенту, обсуждаемые и необсуждаемые темы, области охраны личных интересов клиента;
4. временные регламенты контактного и дистантного (телефонного общения;
5. коммуникативное поведение в стандартных ситуативных блоках общения с позиции общекорпоративных интересов:
1. презентация фирмы: что нужно сообщать о компании, чтобы подчеркнуть ее конкурентные преимущества, репутацию и статус;
2. самопрезентация: как представиться клиенту, чтобы расположить его к общению, снять напряжение или негативный фон предыдущих контактов;
3. коммуникативная помощь: как помочь клиенту в оформлении заказа, при покупке товара в нестандартных ситуациях в момент колебания и выбора;
4. выход из зоны конфликтного общения: какие правила и вербальные ключи должны использоваться в зоне конфликтного и предконфликтного общения с учетом требования сохранения лица компании и лица клиента;
5. формулирование коммуникативных табу (жестких и мягких) как основы рамочного вербального поведения.

Кроме того, стандарт может быть реализован также в правила и инструкциях, кодексах и рекомендациях.

Деятельность по стандартизации создает единый, легко узнаваемый образ, с которым связывают сервисную структуру ее клиенты.

Начальным этапом формирования стандарта обслуживания можно считать разработку фирменного стиля организации. В понятие фирменного стиля входит название организации, ее товарный знак, фирменный цвет (цвета), логотип (правила написания названия). Все атрибуты организации, включая вывески, визитные карточки, бланки, конверты, должны быть оформлены в этом стиле. Фирменный стиль распространяется и на рекламно-сувенирную продукцию организации - календари, ручки, еженедельники, папки и т.д. Систематические тренировки и обучение персонала направлены на то, чтобы все сотрудники в полной мере усвоили стандарты обслуживания, которых они должны достичь:

6. определенная скорость обслуживания клиентов;
7. система работы с жалобами; - правила оплаты.

В процессе освоения стандарта обслуживания персонал знакомится с историей и современным состоянием дел на предприятии. Считается, что, усваивая стандарт обслуживания, сотрудник расширяет кругозор и осознает роль своей работы в общей стратегии предприятия.

Однако какой стратегии отдать предпочтение в производственнокоммерческой деятельности: *стратегии стандартизации* или *стратегии дифференциации* услуг решается не однозначно. Как в первом, так и во втором варианте есть свои преимущества и недостатки.

Стандартизация технологий и предложений, приемлемая для всех сегментов целевого рынка, является очень привлекательной целью. Однако на практике в сфере профессионального обслуживания это удается сделать довольно редко. Чаще всего к данному приему прибегают при оказании банковских и страховых услуг, услуг связи и некоторых других.

В то же время и политика дифференциации не всегда себя оправдывает, в первую очередь, с коммерческих позиций. Особенно это происходит там, где условия отраслевого или территориального рынков позволяют осуществлять частичную стандартизацию (универсализацию) технологий и предложений.

Попутно следует подчеркнуть, что в сфере обслуживания полная стандартизация невозможна в силу специфики услуг как своеобразного товара и специфики потребительской среды, поэтому речь можно вести лишь о частичной унификации.

Чтобы взвесить все «за» и «против», нужно всесторонне проанализировать недостатки и преимущества обеих концептуальных стратегий.

Преимущества стратегий технологической и продуктовой стандартизации в сфере обслуживания сводятся к следующему:

- снижаются затраты на реализацию и производство услуг;
- создаются условия для унификации элементов маркетинга;
- ускоряется окупаемость капиталовложений;
- повышается средний уровень качества деловых услуг и его устойчивость.

Последний аспект в сервисе имеет очень большое значение. Несмотря на специфические характеристики (неустойчивость качества), стандартизация технологий и содержания услуг, которые поддаются этому, позволяет создать некую систему обеспечения качества и, в связи с этим, давать клиентам твердые гарантии.

К *недостаткам* стратегий стандартизации в сервисе относят:

- неполное использование (по сравнению с дифференциацией) потенциальных возможностей целевых рынков с точки зрения удовлетворения индивидуализированных потребительских ожиданий;
- снижение порога привязанности клиентов, а значит осложнение процесса удержания заказчиков;
- недостаточно гибкая реакция на меняющиеся рыночные условия.

Для крупных и некоторых средних специализированных сервисных структур, ориентированных в разной степени на массовое обслуживание клиентов, более выгодной, как правило, является стратегия стандартизации. Для большинства же средних узкоспециализированных структур, наоборот, более приемлемы стратегии широкой дифференциации, но в рамках своего профильного направления.

На локальном уровне наблюдаются устойчивые тенденции стандартизации.

На практике использование в товарной политике стратегий стандартизации, дифференциации или их сочетания зависит от корпоративной политики сервисной структуры, конкретных условий деятельности, но главное самих услуг и их способности подвергаться унификации и модификации. От этого зависит уровень экономической эффективности обслуживания клиентов на целевом рынке, его объем, уровень и стабильность качества.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Представить развернутую характеристику поиску и генерации идей как этапу процесса разработки услуг. Составить перечень основных источников новых идей и инструментов их сбора.
2. В чем заключены задачи проектирования новой услуги как этапа процесса разработки услуг? Какова роль пробного маркетинга в рамках рассматриваемого этапа?
3. Какие принципы перманентности инноваций необходимо учитывать на этапе организации производства?
4. В чем выражены особенности разработки механизма ценообразования на рынке услуг? Какие факторы определяют выбор метода ценообразования? Определить роль каждого из факторов.
5. Дайте определение жизненного цикла услуг.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 4. **МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ**/Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать систему знаний о процессе контакта между клиентом и исполнителем;
- рассмотреть основные методы предоставления услуг и форм обслуживания;
- ознакомиться с принципами эффективного решения конфликтных ситуаций.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Пространство контакта. Процесс контакта между клиентом и исполнителем. Процесс обслуживания потребителей сервисных комплексов, его основные формы, методы и правила обслуживания.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Современные формы обслуживания потребителей услуг. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Правовое обеспечение сферы обслуживания. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 4.1. **«Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности**

Контактная зона – это собирательное понятие, в состав которого входит комплекс факторов, физического (место предоставления услуг), психологического (коммуникативный процесс участников) и профессионального (опыт и знания представителя сферы услуг) характеров.
Состояние контактной зоны решительным образом влияет на то, обратится ли вторично клиент в данную сервисную фирму. Она делает привлекательной для посетителей службу сервиса. В составе контактной зоны рассматривают пространство контакта, процесс и содержание контакта.
Работники сервисной организации используют коммуникативное взаимодействие с потребителями в контактной зоне. **Контактная зона (зона видимости) – общая сфера, окружающая заказчиков (клиентов) в период нахождения их на предприятии сервиса.**

Особенностью сервисной деятельности является коммуникативное взаимодействие, общение с потребителями. К числу основных составляющих феномена общения относят три взаимосвязанные стороны общения: коммуникативную, интерактивную и перцептивную.

- Коммуникация заключается в обмене информацией между общающимися индивидами.
- Интерактивная сторона общения проявляется в организации взаимодействия между участниками общения, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, состояниями, но и действиями.
- Перцептивность общения - это процесс восприятия партнеров по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Важнейшими видами общения, в том числе и в сервисной деятельности, является **невербальное** и **вербальное**.
Около 10% общения приходится на «вербальное» воздействие, определяемое значением произносимых слов, 30% - это воздействие, оказываемое тембром голоса, его мелодичностью и ритмикой, а остальные 60% - это воздействие, оказываемое визуально наблюдаемыми компонентами поведения: движениями, взглядами, стилем одежды, выражением лица, манерой поведения.
Невербальное – это общение при помощи мимики, жестов, пантомимики. Это тактильные, зрительные, слуховые и другие ощущения и образы, получаемые от другого лица. Люди влияют на процесс коммуникативного общения и с помощью других элементов аттракции (привлечения, притяжения). Например, этому может служить униформа работников сферы сервиса.
Вербальное общение предполагает использование звуковой речи, естественного языка в качестве средства общения.
Структура общения включает шесть взаимосвязанных стадий: 1) ориентировка в окружающей действительности (важно оформление помещения для приема посетителей, время работы предприятия); 2) привлечение внимания с помощью различных приемов, например, бесплатный чай, кофе для клиента в начале беседы; 3) поиск «точек соприкосновения» в ходе общения, подготовка клиента для более свободного общения; 4) обмен информацией и оценка фактов; 5) столкновение мнений, решение проблемы на взаимовыгодных условиях; 6) принятие определенного решения на основе пятой стадии.
В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния, каждое из которых имеет ближнюю и дальнюю фазы.

– *Интимное расстояние* (0 – 45 см). Общение близких или хорошо знакомых людей.
– *Персональная дистанция* (45 – 120). Нормальное расстояние для общения знакомых людей.
– *Социальная дистанция* (120 – 400 см). Формальные встречи в общественных местах.
– *Публичная дистанция* (400 – 750 см). Общение формальное, чаще всего с несколькими людьми.

Важно понимать, что материально-вещественные товары изготавливаются, а услуги – представляются. Товары используются, а услуги – это часть нашего жизненного опыта. Услуги

всегда несут на себе личностный, персонализированный отпечаток. Взаимоотношение продуцента услуг и потребителя услуг в контактной зоне раскрываются существенные личностные черты обеих сторон этих взаимоотношений.

Пространство контакта

– Помещение, где осуществляется непосредственное обслуживание посетителей (например, салонная часть подразделений службы, съемочные залы фотографий, рабочие залы парикмахерских и пр.), должно быть функциональным и удобным, соответствовать функциональной направленности деятельности конкретного коллектива предприятия сервиса, запоминаться («бросаться в глаза») посетителям.

– Общая атмосфера помещений должна создавать уют, чтобы посетитель мог почувствовать расслабление, отдых, чему способствуют живые цветы, аквариум, террариум.

– Общее состояние всех помещений должно соответствовать санитарногигиеническим нормам, быть чистым и опрятным.

– Прилегающая к предприятию сервиса территория должна быть благоустроена, озеленена и иметь удобный подход и подъезд к предприятию; желательно иметь стоянку для автотранспорта. Вокруг предприятия сервиса, прежде всего, его фасадной части, должно быть хорошее освещение: исправное, с чистыми лампами, желательно со светящимися элементами витрин, витражами и проч.

– Если предприятие сервиса находится на заводской или ведомственной территории, оно должно соответствовать архитектурному ансамблю окружающих строений.

– Предприятие сервиса должно иметь привлекательное рекламнохудожественное оформление (вывеску) с обозначением своей функциональной принадлежности.

– Интерьер помещения должен отвечать современным эстетическим нормам, оформлен в соответствие с художественным вкусом. Элементы интерьера воспитывают художественно-эстетические вкусы у посетителей и сотрудников, влияют на общий рост культуры, что проявляется в рациональном сочетании привлекательного внешнего вида с функциональным назначением.

Отметим еще один, в настоящее время слабоизученный, аспект воздействия пространства контакта на органы чувств. Через органы чувств человек воспринимает огромное количество информации. Большая ее часть проникает в подсознание и влияет на настроение, работоспособность и вызывает различные эмоции и оказывает самое непосредственное и незамедлительное влияние на процесс принятие решения.

Например, десять лет назад брэнд Kodak обращался ко всем органам чувств. Помимо зрительного образа он давал тактильные ощущения – вы держали в руках реальные фотографии. Только что проявленные фотографии пахли по-особому. Затвор фотоаппарата щелкал. В настоящее время практически все исчезло: нет ни тактильных ощущений, ни запаха, ни звука. Осталось только зрительное восприятие. Исследования компании Millward Brown показали, что бренд Kodak потерял 300% эмоционального восприятия.

Другим примером активного воздействия на потребителей через органы чувств является использование запахов. Например, в торговых предприятиях Санкт-Петербурга активно используют запах для улучшения продаж, для этого они вводят в контактную зону различные ароматы. Так, в бутиках модной одежды в этом сезоне пахнет кардамоном. Стилист подобрал специально этот запах к новой коллекции. Запах вносит элемент эксклюзивности в общение с клиентами. По мнению Л.Почетного (менеджера бутиков), приятная атмосфера в них обеспечивает до 50% продаж! Причем, атмосферу создают и стиль общения, в которых на долю запаха приходится до 10-15%. Запахи способствуют нормализации психологического состояния клиента, и люди будут приходить в то место, где им понравилось, и в последующем.

Выделим некоторые особенности организации видимой части и технологического ядра организации, предоставляющей услуги. Рабочее пространство современного офиса, будь то

торговое предприятие или страховая фирма, банк или адвокатская контора, обычно делится на две зоны: фронтофис - это лицо предприятия, по которому клиенты судят о его надежности, солидности и компетентности сотрудников, а бэк-офис - типичная "кухня" предприятия, куда посторонним вход ограничен. В зависимости от специфики бизнеса компании, масштабности, величины занимаемой площади выбирают те или иные варианты распределения площадей на фронт- и бэк-офисы, которые им нужны.

Бэк-офисы в различных предприятиях достаточно похожи. Это помещения, как правило, *кабинетного типа, объединенные по теме направленности рода деятельности подразделения*. В уже существующих административных зданиях обычно используется коридорная система расположения помещений - длинный коридор во весь просвет здания и находящиеся по обе его стороны офисы. Если же пространство подразумевает *свободную планировку*, т. е. так называемый *open space*, то возможен и вариант

отделения одного помещения от другого стеновыми перегородками, выполненными из металлической рамы и стеклянного полотна внутри. Условное зонирование помимо офисных перегородок может быть выполнено *офисными модулями*, таким образом, при перестройке помещения, убирая стены, можно сэкономить площадь и сделать больше рабочих мест.

При создании рабочего пространства надо стремиться к тому, чтобы распределение кабинетов было мобильным - это поможет сэкономить время и место в случае изменения штатного расписания. *Все помещения бэк-офиса скрыты от глаз клиентов и предназначены исключительно для внутренней работы предприятия. Более того, в ряд помещений, таких как касса, комната охраны, техническая комната (сервер локальной сети и местная АТС), доступ должен быть ограничен и для сотрудников предприятия.* В зависимости от масштабности организации в геометрической прогрессии вырастает и количество необходимых внутренних служб, соответственно, увеличивается и площадь бэк-офиса для организации рабочих мест. Бухгалтерия, служба маркетинга, технические службы, службы контроля, службы безопасности, обслуживающий персонал - все требует пространства. *Интерьерная стилистика офисов и применяемые при отделке материалы практически везде одинаковы. Спокойные, невызывающие тона, возможен вариант контраста светлого и темного цветов. Плитка, ламинат или ковролин на пол, краска на стены, подвесной потолок, офисное освещение.*

Фронт-офисы различаются в зависимости от деятельности организации. Это могут быть и *достаточно большие пространства*, как в любом торговом предприятии, что обусловлено коммерческой спецификой, и небольшие комнаты для общения и консультирования клиентов, как, например, в юридических конторах.

Важное значение во фронт-офисах отдается ***электронному оснащению - аудио-, видеоаппаратура, банкоматы.*** Что касается отделки фронт-офисов банков, то интерьеры здесь обычно самые богатые. Стандарт офисов класса А влечет за собой применение для отделки соответствующих материалов. Очень часто используется природный камень - мрамор, гранит. Возможна штукатурка по сложным и дорогостоящим технологиям. Хотя в конечном итоге интерьер фронт-офиса зависит от бюджета, который организация тратит на реализацию проекта. Если бюджет позволяет использовать дорогие натуральные материалы, фронт-офис выиграет от этого. Если же нет, то даже применение искусственных материалов, таких как ламинат и керамическая плитка, дает возможность выгодно представить фронт-офис. Если речь идет о сетевых или филиальных предприятиях, то в интерьерах фронт-офисов часто встречаются узнаваемые знаки: покрашенная в один и тот же цвет стена приемной,

операционные стойки, выполненные по одному и тому же образцу, стеклянная перегородка, одинаковые светильники.

В настоящее время в оформлении офисов можно выделить три направления:

9. «екатерининский» стиль - бордовая гамма цветов с золотым акцентом; в интерьере применяются гобелены, лепнина, филенчатая разбивка стен, хрустальные люстры, зеркала, мебель с овальными формами и бархатной обивкой;
10. «советский» стиль - привычная спокойная бежевая гамма цветов, отделка с применением фанерованных древесно-стружечных плит, которыми выкладываются панели стен; в тон подбирается мебель с кожаной или суконной обивкой;
11. «европейский» стиль - контрастные цветовые сочетания, например черно-белые; в поверхностях шкафов и в конструкциях мебели (ножки столов, кресел) применяется металл.

Широко используется также обивка мебели под кожу. Предпочтительные цвета обивки - черный, белый, фиолетовый, «металлик».

Многие организации ограничивают пространство фронт-офиса комнатой переговоров. Это обусловливается видом деятельности: например, так нередко поступают юридические конторы, рекламные агентства. Подобное разграничение на бэк-офис и фронт-офис можно увидеть и в риэлтерских агентствах, где обсуждение сделок купли-продажи недвижимости, консультации по аренде и т. д. происходят в отдельных комнатах. Однако у крупных агентств недвижимости, имеющих десятки филиалов и отделений в одном городе, часто существует некий главный офис, где доля бэк-помещений гораздо выше, чем в других.

Возможен и вариант ***совмещения*** в одном помещении фронт- и бэкофисов. Примером тому могут служить небольшие архитектурные бюро, в котором работают 3-5 человек. Часто бывает, что в силу небольшого пространства офиса рабочие места архитекторов и место переговоров с клиентами располагаются в одном помещении. Это обусловливается также и удобством работы с необходимыми материалами, каталогами, возможно, образцами. Здесь же, работая вместе с клиентом, можно что-то исправить, изменить или добавить в дизайн-проект.

Для коммерческих торговых компаний гораздо важнее *иметь большую площадь для фронт-офиса,* чтобы разместить и предлагать как можно большее количество товара. Это актуально и для продовольственных магазинов, и для магазинов аудио-видеоаппаратуры, бытовой техники, мебельных и автомобильных салонов и т. д. Торговый зал с находящимися в нем консультантами в данном случае выступает в роли фронт-офиса, а бухгалтерия, маркетинговые службы, службы безопасности и т. д. являются бэк-офисом.

С организацией торгового зала магазина все более или менее понятно: это либо торговый зал с открытым доступом к товарам, как в любом из ныне существующих супермаркетов, - в этом случае большая площадь пространства отдается торговому залу; либо это торговый зал с отделами, расположенными по периметру помещения без свободного доступа к товару. *Возможен и смешанный вариант* - например, аптеки, где большинство товара может находиться в свободном доступе в зале, а часть лекарств можно приобрести только у продавца-фармацевта. В случае создания торгового зала нет необходимости тратить большие средства на богатый внутренний интерьер. Для отделки торговых залов используются специальные коллекции плитки из керамогранита, крашеные стены, зачастую их даже и не видно за стеллажами с товарами. Подвесной потолок, техническое или офисное освещение.

Владельцы автосалонов имеют собственное видение оптимальной для их бизнеса планировки. Например, в автомобильном бизнесе сейчас господствует представление об успешном автоцентре как некоей интегрированной структуре, в которой все или большинство функций (продажа и обслуживание) происходят под одной крышей.

В автоцентре процентное соотношение сотрудников фронт-офиса к бэкофису диаметрально противоположно соотношению площадей фронт- и бэкофисов. Если на 10 сотрудников фронт-офиса приходятся 20 сотрудников бэкофиса, то площадь фронт-офиса раза в два больше площади бэк-офиса. На примере работы автомобильной компании становятся очевидны две ипостаси фронт- и бэк-офиса: материальная (можно посмотреть и пощупать) и электронная. Материальный фронт-офис делится на три части: *шоурум,* где клиент может посмотреть

автомобили, посидеть в них, набрать буклетов и поговорить с менеджером о достоинствах той или иной модели авто; вторая часть – так называемая "приемка", где происходят передача машины клиенту, общение с приемщиком и менеджерами, ну и *третья - магазин запчастей и аксессуаров***.**

Для банков и страховых компаний соотношение площадей фронт- и бэкофиса другое: площадь фронт-офиса, как правило, значительно меньше площади бэк-офиса. По аналогии с другими предприятиями во фронт-офисах банков и страховых компаний происходят общение и консультации с клиентами, а в бэк-офисах идет внутренняя работа организаций. В некоторых случаях площадь бэк-офиса намеренно сокращают в пользу фронт-офиса: обычно так делается в многочисленных филиалах банков и страховых компаний - там не нужны налоговые консультанты или специалисты по биржевой торговле, как в головном офисе.

Для некоторых банков важнее представление фронт-офиса, в таком случае все делается на благо и для комфорта клиента, а бэк-офис сокращается до минимума, причем удобство рабочего пространства сотрудников не является приоритетом. Что же касается процентного соотношения площадей фронт- и бэк-офиса банков, то, как правило, если в головном подразделении, скажем, 2000-5000 кв. м, клиентская зона - это одна треть от общей площади. Фронтофис создается минимальным в зависимости от услуг, предоставляемых банком. Если же речь идет о филиальной сети, то там все с точностью до наоборот. Филиалы в первую очередь ориентированы на клиента, и там соотношение площадей будет другим. Бэк-офис сжимается, освобождая две трети площади на фронт-офис.

Процесс контакта между клиентом и исполнителем

Ключевым отличием процесса обслуживания от производственного процесса является участие клиента в операционных процессах. Объектом воздействия и участником создания сервисного продукта является человек – клиент, который выступает не только потребителем услуги, но и создателем проблем для сервисной организации.

В условиях свободы выбора услуги и отсутствия подчинения клиента сервисной фирме последняя вынуждена изучать клиента и разрабатывать специальные приемы воздействия на потребителя услуги. Эти приемы зависят от степени контакта клиентов и исполнителя услуги. В соответствии со степенью клиента в операционных процессах услуги варьируются от высококонтактных до низкоконтактных. Раньше большинство контактов происходило в режиме реального времени, в настоящее время контакты опосредуются новыми техническими средствами, хотя, видоизменяясь, роль непосредственных контактов сохраняется. Вместе с тем, какой бы сложной и длинной ни была цепочка продажи, в ней обязательно присутствуют профильные специалисты.

Исполнитель услуг выполняет троякую роль, являясь специалистом по сервисным операциям, продавцом и частью самого сервисного продукта.

Из-за неосязаемости услуги ему приходится выступать своеобразным экспертом, на чьи знания полагается клиент. При этом клиенты оценивают внешний вид служащих, умение обращаться, а также специальные (технические) навыки. Для персонала контактирующего с клиентами, важны межличностное общение, умение одеваться, умение, работая с клиентом, создавать желаемое обслуживание.

Вторая особенность высококонтактного обслуживания определяется его сходством с театром. Все, что предлагается клиенту, - своеобразная игра вокруг какого-то процесса. Служащие должны не только аккуратно выглядеть, но и знать свои реплики при разговоре по телефону, принятии заказа, приветствии и т.д. Важна хорошая мимика.

То, что происходит в бек-офисе, меньше всего интересует «публику». Клиенты оценивают качество услуги во время ее получения. Если же происходят сбои в работе «за кулисами», то это клиенты сразу ощущают на себе.

Третья особенность высококонтактного обслуживания связана с эмоциональностью труда.

Многие покупки совершаются под воздействием эмоций, а не логики, поэтому более эффективен продавец, который не просто отвечает на запрос клиента, а использует также «эмоциональный фактор».

Удачные взаимоотношения между потребителями и продуцентами услуг строятся на взаимной удовлетворенности от полученных результатов, и должны отвечать следующим условиям:

4. Первый сотрудник, вступающий в контакт с посетителем, должен быть профессионалом в своей области (пройти специальное обучение) – не только чётко и быстро обслуживать клиента, но и дать совет (по прическе, модели одежды, по особенностям технологии).
5. Для эффективного профессионального контакта необходимо строгое соблюдение установленного режима работы, сотрудники должны присутствовать на рабочих местах.
6. Лицо, вступающее в контакт с клиентом, должно иметь соответствующий имиджу фирмы внешний облик. Прежде всего, это фирменная одежда, соответствующая профессиональному назначению, удобная, чистая, скромная, выглаженная. Желателен фирменный значок или вышивка. К имиджу в контактной зоне относятся также хорошие манеры, опрятность в работе, общая подтянутость.
7. Сотрудники должны демонстрировать такое качество, как способность вызвать к себе доверие клиента, «приноровиться» к ситуации.
8. В общении должен выражаться достаточный уровень культуры общения с посетителями, умение выбрать адекватную форму обращения («Вы», «товарищ», «гражданин», «господин», «отец», «матушка» и др.).
9. Чтобы контакт проходил без эмоционального напряжения, с взаимным пониманием, хорошим настроением, надо уметь пользоваться знаниями в области коммуникативной психологии.

Содержание контакта

- Содержательная часть прямого взаимодействия заказчика с представителем службы сервиса должна вызвать чувство удовлетворения у клиента. Если есть возможность, необходимо быстро и качественно выполнить услугу. Если нет технической возможности, предложить альтернативы. Если у данного предприятия нет возможности предоставить услугу, дать информацию о предприятиях (дать адрес, телефон), которые могут ему помочь. Бытует неверное представление о том, что нужно скрывать местонахождение «конкурентов». По законам психологии, клиент запомнит доброе отношение к себе и в следующий раз скорее обратится в первую фирму, чем во вторую.

Важность содержательной части состоит в том, что продажа и выполнение услуги может быть приравнена к продаже проекта. Но проблема состоит в том, продажу услуги зачастую осуществляет профильный специалист (непрофессиональный продавец: инженер, строитель, финансист, врач и т.д.), выступая в несвойственной ему дополнительной роли. Подобное совмещение функций специалиста и продавца в одном лице в рыночной практике встречается относительно редко. Обычно функции продавца берут на себя менеджеры по продажам, а оказание профессиональной услуги остается за специалистом.

К сожалению, в мировой практике мало примеров успешной передачи этой функции от профильного специалиста к профессиональным продавцам. Однако какой бы сложной и длинной ни была цепочка продажи, в ней обязательно присутствуют профильные специалисты.

- Следует максимально использовать непрямое воздействие на психику клиента через необходимые сведения о предоставляемых услугах и формах обслуживания, которые нужно представить красиво и эффектно. Это, прежде всего, прейскурант, перечень оказываемых услуг, нормативно-техническая документация (наглядная и легко доступная), копии свидетельства о регистрации и лицензии.

- Образцы изготавливаемых изделий, различные виды отделок, используемые материалы должны находиться в закрытом, хорошо обозримом месте (в шкафах, на стендах, в витринах). В фотосалонах, например, должны быть представлены образцы фотографий и фотоизделий, в парикмахерских - все виды причесок и стрижек, с указанием их названий, на искусно выполненных фото. Изготовляемые изделия, виды работ, применяемых материалов могут быть представлены и в хорошо оформленных фотоальбомах, доступных каждому посетителю.

Перечисленные особенности контактной зоны универсальны для любого предприятия сервиса. Однако можно выделить такие помещения, в которых процесс обслуживания и само производство услуги объединены. Это, например, салон (фотосалон, модельный салон и др.), контактная специфика сервисной деятельности в котором имеет свои особенности. В этом случае, место приема и оформления заказов должно быть обособлено, а место консультанта - доступно и открыто. В местах, где обслуживаются дети, следует предусмотреть детскую мебель, игры.

Контакт с посетителем – ядро сервисной деятельности. Здесь нужна профессиональная подготовка, которая должна включать:

- обеспечение продавцов услуг знаниями о товаре, услугах, (чтобы выглядели компетентными в глазах клиентов);
- формирование образа предприятия, атмосферы помещения, имиджа продавца, чтобы создать доверие у клиента заранее;
- обеспечение продавцов услуг знаниями о категориях клиентов, об их предпочтениях, задаваемых ими вопросах, о часто складывающихся ситуациях, способах управления ими;
- обучение продавцов быстро определять конфликтные ситуации, выбирать способы контроля и управлениям ими, разрешать их.

В неё, кроме обучения профильным навыкам и информации, должны входить психологические знания и практикум по темам: коммуникативные процессы (особенности вступления в психологический контакт, поддержания и выхода из контакта), конфликтология, психология восприятия, экспресспсиходиагностика, приёмы эффективных переговоров, технологии продаж услуг, презентация фирмы и услуги и др.

Покупая услуги, клиенты приобретают нечто большее, чем стандартные услуги: они покупают и связанный с ними жизненный опыт, и ощущения. Кроме обладания услугой клиент приобретает контакты, общение с другими людьми. Сфера услуг предполагает установление подлинных человеческих взаимоотношений, которые становится все важнее и во всех других сферах деятельности.

Важно сформировать психологический настрой работников сервисной фирмы на превращение покупателей, обратившихся впервые, в приверженцев фирмы. Это может быть достигнуто с помощью наиболее эффективной (с позиции психологии) и перспективной техники продаж, основанной на нейролингвистическом программировании (НЛП). Основными задачами НЛП или «техники убеждающих воздействий» являются:

- построение доверительных отношений с покупателем;
- фокусирование внимания покупателя на словах продавца;
- формирование у покупателя установки на немедленное действие.

Для успешного осуществления процесса продажи сначала необходимо выстроить доверительные отношения с покупателем на основе взаимосвязи и взаимопонимания (так называемый раппорт). Первый шаг к этому - продемонстрировать покупателю собственную *конгруэнтность,* то есть соответствие между словами и жестами, между декларируемым эмоциональным состоянием и бессознательной экспрессией лица. Цель продавца – снять у покупателя барьер недоверия, т.к. всякое несоответствие может вызвать негативную реакцию со стороны покупателя и отпугнуть его. Это объясняется следующей закономерностью: люди обожают делать покупки, но могут сильно раздражаться, когда им пытаются что-либо навязывать – товар или услугу.

Следующий психологический прием к установлению взаимопонимания - подстройка к поведению покупателя, основанная на технике зеркального отражения. Причиной

использования данного приема служит тот факт, что больше всего люди доверяют сами себе, и бессознательно они также доверяют тому, кто в чем-то похож на них. На практике используются следующие элементы копирования: скорость речи покупателя, интонация, манера разговора, характер движений, имитация позы. Психологически покупатели в основном устроены так, что позитивно реагируют на интимно-доверительные интонации, уверенность и открытость в поведении, средний темп речи и похожесть на самого себя. Для фокусирования внимания покупателя можно использовать несколько приемов: изменение позы, громкости речи, интонации, движение рукой, перемена темы разговора. Как правило, за этим следует ответная реакция покупателя. Тогда необходим следующий психологический прием - формирование состояния транса путем перефокусировки внимания покупателя на его внутреннее состояние, собственные желания. Тогда деньги, стоимость товара или услуги уходят на второй план, возможные финансовые потери игнорируются. Эффективным является также прием вовлечения покупателя в некоторый процесс, в совместную деятельность с продавцом («Сейчас мы обратим внимание на четкость изображения...»). Местоимение «мы» психологически несет в себе функцию приглашения к совместной деятельности, и внимание покупателя будет привлечено до тех пор, пока это действие не закончится. Можно фокусировать внимание покупателя с помощью эффекта незавершенного действия («Для Вас есть еще очень выгодное предложение...») и создания у него позитивного ожидания («Это важнее, чем Вы можете подумать...»).

Завершающий этап в технике продаж, основанной на нейролингвистическом программировании, - это создание установки на немедленное действие. Покупатель очень часто, несмотря на усилия со стороны продавца, находится в состоянии нерешительности и неопределенности. Поэтому необходимо подтолкнуть покупателя к принятию решения, указав на последствия возможного бездействия. Это можно реализовать посредством следующих психологических приемов: убеждения в срочности принятия решения, иллюзии выбора, гипотетического предположения. Эффективно, с точки зрения психологии, гипнотическое внушение о необходимости сделать покупку. В этом случае продавец произносит высказывание, состоящее из двух частей. Например: «Воспользуйтесь этой услугой, и Вы действительно обретете красоту и уверенность в себе». Первая половина фразы адресована рациональной части сознания и выглядит, как предложение или запрос. Она должна произноситься очень уверенно и может быть дополнена определенным сочетанием мимики, жестов и интонации, воздействующим на подсознание.

Вторая часть адресуется бессознательной сфере и внушает покупателю получение определенной выгоды, связанной с первой частью. При обращении к бессознательной сфере покупателя тон следует понизить, а темп речи замедлить.

Таким образом, процесс купли-продажи товаров и услуг имеет психологическую основу, и наиболее действенным элементом является наличие у потребителей определенных мотивов к покупке и их стремление к удовлетворению разнообразных потребностей. Умение тестировать темперамент и психологические типы покупателей, а также находить к ним подход во многом определяет успех реализации коммерческого предложения.

Это только одна сторона медали. Знание экспресс - психодиагностики становится особенно важным в последние годы в связи с терактами в публичных местах, а также из-за резко возросшего количества психических заболеваний. Даже если клиент абсолютно психически здоров, и не имеет злых намерений, работник сферы сервиса должен уметь быстро и ясно понять цель прихода клиента, его потребность, а также меры для удовлетворения.

Психологические знания важны и для лиц, которые уже давно работают в сервисе и считаются профессионалами. Однако в жизни каждого человека бывают не слишком светлые периоды (неудачи, конфликты, стрессы, переутомления и пр.). В этих случаях необходимо сотрудников обучать справляться с этими состояниями. Это, прежде всего, выгодно экономически: вероятность выхода из строя специалиста, владеющего методами самодиагностики и приемами самовосстановления гораздо меньше. Психологипрактики знают: прежде всего необходимо обучить управленцев высшего звена. И лишь затем, когда они осознают важность

такого обучения, его значение и экономическую выгоду, то сами начинают вводить такие формы обучения на своих предприятиях для рядовых сотрудников.
Сервисная деятельность конфликтогенна, потому что включает много условий для возникновения недовольства клиента. При некачественном исполнении заказов конфликт неизбежен. Обслуживающий персонал обязан принести извинения, сгладить недовольство заказчика, принять исчерпывающие меры к исправлению допущенного брака или по возможности заново произвести работу. Все сотрудники сферы сервиса - от первого лица до уборщицы - должны уметь вести себя профессионально в конфликте. Этому также нужно учиться.

Работа с жалобами потребителей

Несмотря на желание делать все правильно с самого начала, с первого раза, нельзя игнорировать то, что сбои и неудачи в сервисном процессе всетаки происходят, иногда по причинам, не контролируемым организацией. К специфическим характеристикам услуг, приводящим к несоответствующему уровню обслуживания потребителя, относятся следующие:

- услуги часто предоставляются в режиме реального времени;
- потребители нередко вовлекаются в процесс обслуживания; - исполнители иногда становятся частью сервисного продукта;
- оценить качество сервисного продукта зачастую очень сложно.
- И от того, насколько хорошо компания справляется с жалобами потребителей и решает все возникающие проблемы, в огромной степени зависит, сможет ли она создать постоянную клиентуру или, наоборот, ее бывшие клиенты один за другим уйдут к конкурентам.
- Какой выбор действий есть у клиентов, сталкивающихся с недостатками обслуживания? Можно указать четыре основные действия:
- полное бездействие (оказывается, большинство людей не жалуется, особенно, если убеждены в бесполезности этого дела или не знают, куда обращаться с жалобой и как это следует делать);
- жалоба в какой-либо форме, поданная в сервисную фирму;
- действия, предпринятые через третью сторону (комитет по защите прав потребителей, гражданские суды);
- отказ от услуг данной фирмы и переход в другую компанию, сопровождаемый распространением негативных отзывов об организации, вызвавшей неудовольствие.
- Менеджеры сервисных фирм должны понимать, что последствия отказа клиента от обслуживания намного серьезнее, чем просто финансовые потери компании, связанные с тем, что она в будущем не получит дохода от обслуживания этого клиента. Типичный недовольный клиент имеет обыкновение жаловаться на свои проблемы знакомым, родственникам, коллегам. Появление Интернет принесло компаниям, предоставляющим некачественные услуги, дополнительные трудности. Недовольные ими клиенты теперь имеют возможность связаться с тысячами людей, размещая свои жалобы на электронных досках объявлений или делясь горьким опытом общения с сервисными организациями на соответствующих web-сайтах.
- Сегодня приходится тратить в шесть раз больше сил, времени и средств на то, чтобы привлечь нового клиента, чем на то, чтобы сохранить старого.
- Потребители, подающие жалобы, выражая свое недовольство, преследуют две главные цели:
- возместить экономический ущерб, требуя компенсации своих расходов или повторного бесплатного обслуживания с устранением допущенных недостатков (например, повторная починка автомобиля), если их требования остаются неудовлетворенными, они могут инициировать судебный процесс;
- стремятся восстановить уязвленное чувство собственного достоинства, когда обслуживающий персонал ведет себя грубо, агрессивно, унижая и запугивая потребителя, либо служащие явно пренебрегают своими обязанностями по отношению к нему.

- Некоторые жалобы потребители предъявляют уже во время оказания услуг, другие – после их предоставления. В обоих случаях то, как фирма решает возникшую проблему, может определить, останется в будущем потребитель ее клиентом или сменит поставщика услуг. Жалобы, поступившие непосредственно в процессе обслуживания, дают надежду на исправление ситуации до того, как услуга будет оказана полностью, и поэтому имеют свои преимущества. С другой стороны, они имеют и свои недостатки, поскольку могут оказывать демотивирующее влияние на исполнителя. Кроме того, для этого нужно наделить сотрудников, непосредственно контактирующих с клиентами, определенными полномочиями и средствами, особенно если речь идет об уступках за счет компании или о выплате компенсации непосредственно на месте. Если жалоба предъявляется после выполнения услуги, выбор способов исправления ситуации невелик. Фирма может принести извинения, бесплатно оказать услугу повторно или предложить какую-либо иную форму компенсации. Вот три пункта, напечатанные на карточке, которую всегда имеют при себе сотрудники гостиничной фирмы *Ritz – Carlton,* победителя национальной премии качества (США):
- Любой сотрудник, который получает жалобу от потребителя, самостоятельно «распоряжается» этой жалобой.
- Все сотрудники должны немедленно реагировать и быстро действовать для решения проблемы клиента и в течение не более двадцати минут связаться по телефону с клиентом, чтобы засвидетельствовать, что проблема решена.
- Делать все возможное, чтобы не потерять клиента.
- Необходимо использовать бланки для записи всех неприятных инцидентов с посетителями и сообщать о каждом случае потребительской неудовлетворенности. Каждому сотруднику предоставляются полномочия для разрешения проблем и предотвращения повторных случаев.

Если жалоба подана, рассмотрена и найден способ решения проблемы, существует намного больше шансов, что клиенты, чьи интересы затрагивались, сохранят приверженность компании, и будут впредь обращаться к ней. Семь из десяти недовольных клиентов снова обращаются в компанию, если возникшая проблема сравнительно быстро разрешена. Разрешение проблемы прямо на месте сохраняет до 95% клиентов.

Способность быстро исправить ошибку может превратить сердитого покупателя в искренне преданного фирме. Организация, которая действует быстро, чтобы откорректировать ситуацию, вероятно, понравится клиенту и заставит его забыть инцидент. Долгие затянувшиеся процессы и недели ожидания не дадут клиенту легко забыть проблему, даже если она, в конечном счете, решена удовлетворительно.

Забота компании о потребителях требует также ее заботы о своих сотрудниках. Менеджеры должны помнить, что рассмотрение жалоб потребителей на плохое обслуживание создают стрессовые сотрудников фирмы. Особенно часто это происходит, если с работниками обращаются оскорбительно при возникновении проблем, которые не входят в их компетенцию. Ситуация сильно усложняется, если в компании практикуются негибкие, бюрократические процедуры решения конфликтных ситуаций вместо того, чтобы предоставить сотрудникам полномочия решать проблемы самостоятельно, в зависимости от конкретной ситуации. Компаниям, работающим в сфере услуг, необходимо разрабатывать «внутренние процессы», чтобы помочь сотрудникам справиться с негативными эмоциями, которые возникают у них при общении с раздраженным и неудовлетворенным потребителем.

Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций

В сегодняшнем мире нельзя позволить себе игнорировать любые конфликтные ситуации. В связи с этим рассмотрим следующие принципы разрешения конфликтных ситуаций.

1. *Действуйте оперативно.* Если жалоба поступила в процессе предоставления услуги, время считается основным фактором полной реабилитации. Когда жалоба подается по факту оказания услуги, многие компании используют систему решения возникшей проблемы в не более чем 24-часовой период. Даже если полное и окончательное решение требует более

длительного времени, быстрое признание компанией своей ошибки и обязательств играет очень важную роль.

2. *Признавайте ошибки, но не занимайте оборонительную позицию.* Противоположные действия предполагают, что организация пытается что-то скрыть или маскирует свое нежелание изучить ситуацию до конца.

3. *Покажите, что вы способны понять проблему с точки зрения каждого потребителя.* Взгляд на ситуацию глазами потребителей - единственный путь к пониманию того, что они считают неприемлемым и на что реагируют с наибольшим возмущением. Обслуживающий персонал компании должен избегать скоропалительных выводов, основанных сугубо на своем субъективном видении проблемы.

4. Не *спорьте с клиентами.* Целью процесса восстановления сервисного процесса должен быть сбор достаточного количества фактов, которые позволят прийти к обоюдно приемлемому решению. Не пытайтесь непременно выйти победителем и доказать клиенту, что он не прав. Споры мешают сторонам выслушать друг друга и очень редко приводят к охлаждению разгневанного потребителя.

5. Признавайте право клиента на его эмоции и переживания. Дайте ему прямо или косвенно понять, что вы ему сочувствуете, например, скажите: «Я понимаю, что вас так огорчило». Такое поведение помогает сделать первый шаг к восстановлению хороших отношений.

6. *Предоставьте клиенту преимущество испытывать сомнения.* Не все клиенты всегда говорят правду, и не все их жалобы оправданы. Однако к любому потребителю следует относиться так, как будто его жалоба полностью обоснована до тех пор, пока не вы не будете иметь четкого доказательства обратного. Если на карту поставлена большая сумма денег (страховые требования или вероятное судебное разбирательство), по всей вероятности, понадобится тщательное расследование дела. Если же сумма, по поводу которой возник спор, невелика, зачастую не следует спорить о возмещении денежных убытков или иной компенсации. Однако в этом случае стоит внимательно проверить архивы и убедиться, нет ли фактов подачи сомнительных жалоб со стороны этого же клиента в прошлом.

7. *Опишите шаги, необходимые для решения данной проблемы.* Когда немедленное решение проблемы невозможно, подробное объяснение клиенту, какие меры планируется принять, явно свидетельствует, что компания начала действовать. Это также помогает установить четкие временные границы решения проблемы и избежать чрезмерных ожиданий со стороны клиента.

8. *Держите клиентов в курсе дела.* Помните, что людям не нравится оставаться в неведении. Неопределенность порождает беспокойство и стрессы. Люди обычно скорее готовы спокойно воспринимать неприятности, если они в курсе происходящего и получают регулярную информацию о ходе событий.

9. *Определите оптимальный способ компенсации.* Если клиент не получил услуги, за которую заплатил, претерпел серьезные неудобства и/или потерял время и деньги из-за некачественного обслуживания, уместными будут как денежная компенсация, так и предложение повторного (эквивалентного) обслуживания. Такая стратегия возмещения также позволяет снизить риск судебного процесса, возбужденного возмущенным клиентом. В гарантиях при предоставлении услуг способ компенсации часто оговаривается заранее, фирма обязана убедиться, что все ее обязательства выполняются по всем пунктам.

10. *Всячески старайтесь восстановить доброе имя компании в сознании клиентов.* Если клиент остался недоволен, одна из важнейших задач, стоящих перед сервисной фирмой, - восстановление его доверия и сохранение взаимоотношений с ним в будущем. Возможно, чтобы успокоить разгневанного клиента и убедить его, что компания приняла все меры для того, чтобы возмутивший его инцидент не повторился, потребуются немалые усилия.

Поистине последовательные и настойчивые действия в этом направлении нередко становятся надежной основой для формирования большой постоянной клиентуры позитивных отзывов клиентов о вашей фирме.
Бизнес – это люди. Услуга успешно продается, когда значительное количество людей считает, что их жизнь улучшится, если они эту услугу приобретут. Специалист по сервису должен улучшить настроение клиентов уяснив, что хотят клиенты и удовлетворить их потребности.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Процесс обслуживания потребителей сервисных комплексов, его основные формы, методы и правила обслуживания.
2. Современные формы обслуживания потребителей услуг.
3. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги.
4. Правовое обеспечение сферы обслуживания.
5. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.

2. Тема лекционного занятия: **Тема 4.2 Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания**

Основные методы предоставления услуг

Метод обслуживания потребителей – это способ предоставления услуг.
Основой выбора формы организации сервиса является сервис – системная матрица, в которой по оси абсцисс отложена степень контакта в канале обслуживания, а по оси ординат – форма организации сервиса (рис. 2.4.1).

Рисунок 2.4.1 – Сервис – системная матрица

По степени контакта клиент - канал обслуживания выделяют системы:

1) защищенное ядро, т.е. система предполагающая отделения процесса обслуживания от клиента;

2) проницаемая система, в которую клиент может проникнуть, позвонив по телефону или с помощью личного контакта;

3) реагирующая система, которая характеризуется присутствием клиента и незамедлительной реакцией на его потребности.

При всем многообразии предоставляемых услуг существует три основных метода предоставления услуг:

1) **метод поточной линии*;***

2) метод самообслуживания;

3) метод индивидуального подхода.

Исторически методы предоставления услуг возникли как стратегии взаимодействия с клиентами разных уровней материального благосостояния: индивидуально-ориентированный сервис – как элитная модель сервиса. Разновидность индивидуального подхода (в торговле) – «сервис прилавка», предназначен для среднего класса, а метод самообслуживания – как сервис малообеспеченных потребителей, приобретающих товар в дешевых магазинах самообслуживания без всякого внимания со стороны персонала.

Метод поточной линии впервые применен компанией *McDonald's.* Процесс быстрого ресторанного обслуживания представляется с соответствии с этим методом не как процесс предоставления услуги, а как производственный процесс. Это является очень важным моментом. Как на производственном предприятии, так и в ресторанах этой фирмы существует

ориентация на эффективный результат, а не на обслуживание посетителей (подчинение обслуживаемого обслуживающему). Главная цель работы заключается в быстром обслуживании однородным высококачественным ассортиментом готовых блюд в обстановке неизменной чистоты, порядка и вежливости персонала. Однако сотрудники не наделены широкими полномочиями. Системное замещение людей машинами в сочетании с новыми технологиями позволяет компании привлекать и сохранять клиентуру в размерах, которых не мог добиться никто из предшественников в этом бизнесе и пока не сумел никто из последователей.

Метод поточной линии предполагает рассмотрение производства услуг как рутинного процесса с высокой степенью стандартизации. В этом случае услуги в меньшей степени гетерогенны и более стандартизированы, предоставление услуг не требует специальных коммуникативных навыков работников.

Принципы индустриализации услуги:

- Отделить потребителя от процесса как можно дальше и применить индустриальные технологические методы в той части, в которой не участвует покупатель.
- Если присутствие покупателя неизбежно, использовать его как рабочую силу.
- Повысить гибкость кадрового обеспечения, чтобы возможности соответствовали спросу

Метод самообслуживания является полной противоположностью методу поточной линии и предполагает увеличение роли клиента в процессе обслуживания. Такой тип обслуживания относится к технологии сервисной среды. Использование заправочных автоматов на станциях самообслуживания, автоматов для продажи продуктов питания, кофеварок, установленных в номерах мотелей, являются примерами того, как процедура обслуживания перекладывается на клиента. Многим клиентам нравится метод самообслуживания, поскольку он позволяет контролировать и следить за ходом сервисного процесса, который становится доступным 24 часа в сутки и семь дней в неделю. Стараясь повысить продуктивность и снизить факторы, негативно влияющие на качество услуги, некоторые компании начинают использовать достижения новых технологий с тем, чтобы свести к минимуму и даже исключить контакты между клиентом и обслуживающим персоналом. По сути, такой подход частично превращает клиента в служащего, который должен быть подготовлен к выполнению той или иной операции и даже исправить при необходимости возникшие ошибки. Как правило, преимуществом такого метода являются ценовые выгоды. Опыт показал, что в результате снижения цен на автозаправочных станциях самообслуживания при одновременном повышении цен на обычных станциях, объем продаж по методу самообслуживания вырастает на 10-20%.

Такое оборудование, как автоматические топливные насосы, банкоматы, автоматы для продажи продуктов питания и напитков, легко установить во многих местах и оно доступно 24 часа в сутки и семь дней в неделю. В кафе самообслуживания посетитель, перед тем как выбрать, может увидеть готовое блюдо. При посещении музея без экскурсовода человек может любоваться экспозициями, которые ему нравятся больше всего, сколько ему захочется.

Мы живем в мире свободного выбора, поэтому потребитель должен уметь ориентироваться в товарах и услугах, «считывать информацию» о предлагаемом продукте и услуге. Зарубежные специалисты рекомендуют руководствоваться при этом правилом AIDMA: «*внимание – интерес – желании – мотив – действие – завершении - сервис».* Для товара, чтобы его приобрели, важное место занимает упаковка, а для услуги – информационные рекламные материалы. Отметим также, что упаковка для товара выполняет две важные функции: привлекает именно к этому продукту и четко и доступно объясняет способ его применения, чтобы побудить потребителя сделать покупку. То же можно отнести к рекламе услуг.

Однако стратегия замещения обслуживающего персонала новыми технологиями самообслуживания может вызвать замешательство и недовольство клиентов. Поэтому введение ее должно сопровождаться широкомасштабной кампанией, разъясняющей клиентам выгоды и преимущества нового метода, введением, например, бесплатных телефонных линий,

связывающих клиентов с сотрудниками компании, способных ответить на вопросы и помочь разрешить проблему.

Сущность метода индивидуального подхода состоит в налаживании тесной взаимосвязи между продавцом и клиентом, при этом продавец умеет распознавать потребности клиента и обеспечивает клиента товарами и услуги в соответствии с потребностями, отодвигает личные желания на второй план, когда они не совпадают с интересами клиента.

Индивидуальный подход может быть распространен в гостиницах и магазинах. Такая система предусматривает подгонку по фигуре костюмов в отделах готовой одежды, политику возврата товара. В дорогих магазинах и отелях имеется база данных о клиентах, их пристрастиях и предпочтениях. Так, например, гостиничная сеть Canadian Pacific Hotels, желая добиться большей приверженности к своей марке бизнес - клиентов, составила подробную структурную схему пребывания потребителей в гостинице, начиная с того момента, как они прибывают к ее входу и заканчивая получением ключей от автомобилей у служащего после выписки. Для каждого контакта был определен ожидаемый уровень обслуживания, основанный на отзывах потребителей, и разработаны системы наблюдения за качеством обслуживания. Такой информацией может воспользоваться любой служащий при обслуживании клиента с целью добиться высокого качества обслуживания конкретного клиента.

Первоначальной реакцией со стороны компаний на лучшее соответствие потребностям покупателей стало сегментирование рынков и создание отличительных особенностей своих товаров для отдельных групп покупателей. Чтобы удовлетворить разнообразные запросы клиентов, компании стали выпускать на рынок расширенные товарные линии и разрабатывать торговые марки.

К концу 20 века информационная революция начала предлагать новую альтернативу: вместо сегментирования массовую кастомизацию (customization) - изготовление на заказ, "настройку" ассортимента под отдельного клиента. В рамках этой новой парадигмы началась интеграция, казалось бы, несовместимых вещей - производительности и скорости массового производства с пристальным вниманием к конкретному клиенту, его особенностям. Такая технология позволяет клиенту принимать участие в моделировании под свои требования продукции и услуг. Клиент фактически "арендует" производство, логистику и другие ресурсы предприятия. В качестве примера можно привести компании, позволяющие клиентам самостоятельно проектировать сад на собственном компьютере. Покупатель может попробовать различные варианты компоновки из более чем 16 тысяч образцов, а затем разместить заказ простым щелчком мыши. При этом компании сами часто не владеют ни одним питомником и ни одним транспортным средством, они только координируют поставки товаров от более 50 поставщиков, обеспечивая удобную доставку.

С помощью современных коммуникационных технологий и гибких производственных систем товары и услуги могут быть адаптированы к потребностям индивидуальных потребителей - делаться на заказ. Сегодня компании имеют возможность накапливать всю получаемую от потребителей информацию через личные, письменные, телефонные и электронные каналы связи. Создавая базы данных, они изучают поведение потребителей и предпочтения клиентов, осуществляют прямые коммуникации с ними. Прямой маркетинг, или, как его еще принято называть, маркетинг "один на один", создает возможности для персонализации общения, позволяя тем самым точно выяснить, чего хочет потребитель.

Персонализаци - процесс, при котором каждый из клиентов оценивается как уникальная единица и обслуживается соответственно этому постулату. Индивидуальная забота о клиенте - это необходимость помнить о каждом клиенте и осуществлять индивидуальный подход к нему. Главный администратор одного из ведущих интернет-магазинов очень ярко выразил эту мысль: "Имея 20 миллионов покупателей, мы должны иметь 20 миллионов магазинов для них". В условиях современных технологий задача автоматизации процесса персонализации выглядит вполне осуществимой.

Персонализация подразумевает, что объем услуг и предложений клиенту должен строиться на изучении его предпочтений и поведения, с учетом национальных, региональных, этнических особенностей. Создание и поддержание у клиента чувства приверженности выбранной торговой марке достигается путем личностных взаимоотношений.
Независимо от того, какой из методов выбран компанией для ее сервисной системы, она должна отвечать характеристикам правильно спроектированной сервисной системы.

Формы обслуживания

Под ***формой обслуживания*** понимается определенный способ предоставления услуг, состоящий из набора конкретных сервисных операций. В рамках одной и той же разновидности услуг могут быть задействованы разные формы обслуживания.
В разных сегментах и направлениях сервисной деятельности формируются свои традиционные формы обслуживания. Вместе с тем стремительное развития сервиса повсюду стимулирует внедрение новых форм и типов обслуживания. Так, например, в пунктах общественного питания при гостиницах традиционно стремились сделать пищу для клиентов разнообразной, приближенной к домашней кухне. В буфетах и ресторанах гостиниц всего мира широко распространено обслуживание клиентов в номерах, а также в буфетах по принципу «шведского стола», когда гости могут, свободно обходя стол, пробовать сразу много блюд.
Проведение в ресторане праздничных вечеров, семейных торжеств и т.п. предполагает иной порядок обслуживания. В этом случае персонал, прежде всего, стремится поддержать атмосферу праздничной неповторимости, выполняя любые пожелания участников застолий.
Иные технологические приемы используются в процессе обслуживания таких мероприятий, как официальные банкеты или обслуживание участников съездов, конгрессов, совещаний,- здесь больше внимания может быть уделено массовым формам, быстроте обслуживания.
Современные формы облуживания, используемые в торговле, бытовом обслуживании и финансовом сервисе также многообразны:

- *Абонементное обслуживание* связано с заключением между производителем и потребителем договора, согласно которому потребителю при условии внесения систематической небольшой платы предоставляется право на оперативное обслуживание, проведение плановых профилактических процедур и т.п. Данная форма обслуживания широко применяется при ремонте бытовой техники, в услугах банно-прачечных предприятий, парикмахерских и др.
- *Бесконтактное обслуживание* предполагает следующие операции: предприятие сервиса устанавливает в подъездах домов или общежитий контейнеры-накопители. Заказчики складывают в контейнер белье для стирки или одежду для химчистки вместе с заполненной квитанцией. Чистое белье или одежда доставляется на дом заказчику в оговоренное время и взимается плата за услугу.
- *Обслуживание на дому* широко применяется при ремонте крупногабаритной техники (стиральные машины, телевизоры, холодильники, крупная мебель и др.). По определенному адресу могут также привозить заказанные блюда предприятия питания (рестораны, кафе). На дому могут обслуживать своих клиентов юристы, врачи и др. Осуществляется такая услуга после заказа потребителя в заранее обговоренное время. Плата взимается после оказания услуги.
- *Обслуживание с использованием обменных фондов товаров* основано на срочном обмене неисправного бытового прибора на аналогичный отремонтированный прибор с оплатой стоимости ремонта. Эта форма обслуживания применяется при ремонте часов, электробритв, пылесосов, стиральных машин, холодильников и др.
- *Прием заказов по месту работы* состоит в том, что на том или ином предприятии фирма бытового обслуживания организует прием заказов на некоторые виды услуг - химчистку, стирку, ремонт бытовых приборов, обуви и т.п. Туда же привозят отремонтированные и чистые изделия.

- *Выездное обслуживание* заключается в том, что выездные бригады предприятия сервиса осуществляют услуги по месту жительства или работы. Данная форма обслуживания широко применяется для оказания услуг населению в сельской местности.
- *Комбинированная (комплексная* форма обслуживания заключается в предложении максимального количества услуг на одном месте при обеспечении минимального расхода времени потребителей.

На самом деле форм обслуживания существует гораздо больше. При этом в каждом направлении и сегменте сервисной деятельности они варьируются и подчас неповторимы. Практика сервиса постоянно умножает эти формы, что вызвано не только конкуренцией, но и необходимостью удовлетворять все более умножаемые потребительские запросы.

Кроме того, выделим существующие формы обслуживания технического оборудования, которые можно условно разделить на следующие три категории:

- Удаленная поддержка
- Техническая поддержка оборудования с непосредственным выездом к заказчику
- Техническая поддержка оборудования в лабораторных условиях

Удаленная поддержка. Данная форма обслуживания предполагает обслуживание заказчика без выезда к нему, поскольку ряд вопросов по диагностике, конфигурированию, анализу может быть решен удаленно: технические специалисты компании посредством удаленного доступа подключаются к оборудованию клиента и осуществляют тестирование, диагностику, устранение неполадок, что позволяет зачастую существенно сократить сроки решения, а также снизить издержки и уменьшить риски. Запрос на техническую поддержку может быть выполнен по телефону, факсу или электронной почте. Часто взаимодействие осуществляется только с авторизованными контактными лицами заказчика (в целях обеспечения безопасности). Ответ может быть направлен заказчику по выбранному им каналу. Заказчик может получить любые консультации и инструкции по различным техническим вопросам, касающимся сервисного оборудования, а также получить детальные рекомендации по перезапуску систем, инструкции о порядке ликвидации некоторых некритических неисправностей. Например, инженер сервисного центра *Xerox* обеспечен ноутбуком, в который закачаны системы с электронной документацией, системы диагностики и Eureka - «всемирная база знаний по сервису оборудования *Xerox».* Eureka в режиме online через Интернет постоянно пополняется информацией о нововведениях, новых продуктах, технологических методах решения и частных проблемах. Она дает уникальную возможность использовать знания, полученные, например, в Бразилии, для решения проблем в России

Техническая поддержка оборудования с непосредственным выездом к заказчику технических специалистов компании осуществляется в том случае, когда невозможно решить проблему иными способами. Данная форма обслуживания может включать в себя устранение проблем функционирования оборудования, в том числе и замену вышедшего из строя оборудования непосредственно у заказчика.

Техническая поддержка оборудования в лабораторных условиях подразумевает лабораторные исследования, новые разработки в соответствии с конкретными требованиями заказчика, устранение неисправностей, различного рода тестирования оборудования.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятия «метод обслуживания» и «форма обслуживания».
2. Основное содержание предоставления услуг методом поточной линии.
3. Основное содержания предоставления услуг методом индивидуального подхода. Сущность кастомизации и персонализация при предоставлении услуг.
4. Основные формы обслуживания потребителей.
5. Сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителю.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПОДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 1. **ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И СРЕДСТВА ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема практического (семинарского) занятия 1.1: Производство и потребление: основные термины

3. Цели занятия.

− сформировать представление об экономических ресурсах, функциях предпринимательства;

− сформировать представление об основных закономерностях производства и потребления, основные экономические проблемы, стоящие перед обществом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные термины экономики, экономические блага и их классификация	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Экономические ресурсы, функции предпринимательства. Основные закономерности производства и потребления, основные экономические проблемы, стоящие перед обществом	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Закон замещения. Теория предельной полезности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое производство и перечислите его сферы
2. Как влияет производство на потребности
3. Перечислите функции предпринимательства
4. Что представляет собой труд и каковы его характеристики.
5. Дайте определение понятию «капитал»
6. Что такое предпринимательская способность.

2. РАЗДЕЛ 1. **ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И СРЕДСТВА ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема практического (семинарского) занятия 1.2: Потребности человека с точки зрения экономики

3. Цели занятия.

- сформировать представление о стадиях развития потребностей;
- сформировать представление о путях объединения потребностей
- сформировать знания о развитии общественных потребностей, производство и потребности общества.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Закономерности развития потребностей подчиняются закону возрастания потребностей. Закон возрастающих потребностей.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Общая характеристика потребностей, Закон возрастающих потребностей, Виды личных потребностей и их классификация	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Теория предельной полезности, потребности общества и их удовлетворение, Формирование и развитие общественных потребностей, производство и потребности общества, Закон взаимосвязи производства и потребностей общества.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Стадии развития потребностей
2. Пути объединения потребностей
3. На каком законе основывается экономический анализ потребностей
4. К чему приводят не согласованные потребности

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: Реферат.
Перечень тем рефератов к темам раздела 1:

1. Производство и потребление: основные термины
2. Взгляд на потребности человека с точки зрения экономики
3. Экономические законы развития потребностей
4. Экономическое развитие общества и основные типы потребления
5. Потребление в современной России: воздействие социальных и природных факторов на сервисную деятельность.
6. История развития и национальные особенности потребления в России.
7. Экономическое развитие общества и основные типы потребления.
8. Производство и потребление: потребности человека с точки зрения экономики.
9. Теории производства и потребления в системе потребностей человека
10. Классификация потребностей по Гегелю и Достоевскому, сравнение.
11. Классификация потребностей у С.С. Корнеенкова.
12. Классификация потребностей Г. Меррея.
13. Эволюция потребностей.
14. Классификация потребностей человека.
15. Типичные эффекты потребительского поведения
16. Модели избирательного поведения потребителя,
17. Модель Андриасена
18. Модель Никосиа
19. Модель Ховарда-Шеса.
20. Личность и потребительский выбор.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 2. **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема практического (семинарского) занятия 2.1: Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социальные предпосылки возникновения сервисной деятельности

3. Цели занятия.

− сформировать представление об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг;

− сформировать представление общероссийских классификаторах услуг населению.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг. Общероссийские классификаторы услуг населению.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Теория постиндустриального общества. Этапы развития услуг в России.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Термины и понятия, используемые в современной сервисной деятельности – «сервис», «услуга», «сфера обслуживания», «культура сервиса».
2. Социальные обязательства в профессиональной сфере на основе их ресурсного обеспечения.
3. Основные классификации услуг и их характеристики.
4. Теория обслуживания
5. Проблематика формирования сервисного общества РФ.

2. РАЗДЕЛ 2. **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема практического (семинарского) занятия 2.2: Специфика услуг как товара

3. Цели занятия.

- сформировать представление о роли самооценки в поведении потребителя.;
- сформировать представление о характеристике услуг, отличии услуги от материально-вещественного товара.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Теория «Я–концепции» (самоконцепции) и поведение потребителя. Рассогласование реальной и идеальной (желаемой) самоконцепции потребителя как детерминанта покупательского поведения. Роль самооценки в поведении потребителя. Самооценка и имидж торговой марки.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Эволюция понятия «товар». Характеристика услуг. Отличие услуги от материально-вещественного товара. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Основные факторы, влияющие на показатели профильного качества и удовлетворенность клиента полученными услугами.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Покупательский риск в сфере отечественных услуг.
2. Рынок гостиничных услуг и его особенности.
3. Рынок туристических услуг и его особенности.
4. Дайте основное содержание понятия ценности в отношении услуг.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: Реферат.
Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности.
2. Функции сферы услуг.
3. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.
4. Общероссийские классификаторы услуг населению.
5. Теория постиндустриального общества.
6. Этапы развития услуг в России.
7. Теория «Я–концепции» (самоконцепции) и поведение потребителя.
8. Рассогласование реальной и идеальной (желаемой) самоконцепции потребителя как детерминанта покупательского поведения.
9. Роль самооценки в поведении потребителя.
10. Самооценка и имидж торговой марки.
11. Эволюция понятия «товар».
12. Характеристика услуг.
13. Отличие услуги от материально-вещественного товара.
14. Определение ценности услуги.
15. Модель ценности услуги.
16. Основные факторы, влияющие на показатели профильного качества и удовлетворенность клиента полученными услугами.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 3. **СЕРВИС КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема практического (семинарского) занятия 3.1: Виды сервиса. Сфера услуг, принципы организации сервиса, процесс разработки услуги. Жизненный цикл услуг

3. Цели занятия.

- сформировать представление об особенностях функционирования рынка сферы услуг, принципаы организации сервиса. Процесс разработки услуг. Основные задачи на каждом из этапов сервисной деятельности. Стратегия смешанного обслуживания.;
- сформировать представление о процессе разработки услуг и основных задачах на каждом из этапов сервисной деятельности.
- Сформировать знания о стратегии смешанного обслуживания..

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Этапы предпродажного сервиса Основные задачи на каждом из этапов сервисной деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

2.	Стратегия смешанного обслуживания Стратегические приоритеты сервисной деятельности с точки зрения реализации стратегии смешанного обслуживания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Комплекс услуг, который охватывает период послегарантийного обслуживания потребителей. Понятие фирменный сервис Преимущества фирменного сервиса	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. В чем заключены особенности функционирования рынка услуг? Ответ подкрепить практическими примерами.
2. Что понимается под формой обслуживания? Составить перечень основных форм в зависимости от технологии обслуживания.
3. Раскрыть содержание основных функций сервисной организации как системы. Определить состав необходимых ресурсов сервисной организации и меры по повышению эффективности их использования.
4. Сформулировать основные принципы организации сервисной деятельности. Дать краткую характеристику каждому из них.
5. Определить состав организационных форм сервиса. Представить классификацию подходов к организации сервисной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 3. **СЕРВИС КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема практического (семинарского) занятия 3.2: Стратегические направления и конкурентоспособность в сфере услуг

3. Цели занятия.

- сформировать представление о теоретических аспектах изучения конкуренции в сфере услуг;
- сформировать представление о конкурентоспособности услуги: сущности и методологических подходах к оценке.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Взгляды ученых на мотивы и мотивацию поведения человека	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Характеристика понятия потребности как нужды и предмета ее удовлетворения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Индивидуальные и общественные	Групповая, научная дискуссия,

	потребности	диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Представить развернутую характеристику поиску и генерации идей как этапу процесса разработки услуг. Составить перечень основных источников новых идей и инструментов их сбора.
2. В чем заключены задачи проектирования новой услуги как этапа процесса разработки услуг? Какова роль пробного маркетинга в рамках рассматриваемого этапа?
3. Какие принципы перманентности инноваций необходимо учитывать на этапе организации производства?
4. В чем выражены особенности разработки механизма ценообразования на рынке услуг? Какие факторы определяют выбор метода ценообразования? Определить роль каждого из факторов.
5. Дайте определение жизненного цикла услуг.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: Реферат.

Перечень тем рефератов к темам раздела 3:

1. Теоретические аспекты изучения конкуренции в сфере услуг
2. Сущность и особенности конкуренции на рынке услуг
3. Конкурентные стратегии на рынке услуг
4. Конкурентоспособность услуги: сущность и методологические подходы к оценке
5. _____ Особенности функционирования рынка сферы услуг.
6. _____ Принципы организации сервиса.
7. _____ Жизненный цикл услуг.
8. _____ Процесс разработки услуг.
9. _____ Теоретические аспекты изучения конкуренции в сфере услуг.
10. _____ Сущность и особенности конкуренции на рынке услуг.
11. _____ Конкурентные стратегии на рынке услуг.
12. ___ Конкурентоспособность услуги: сущность и методологические подходы к ее оценке.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2. РАЗДЕЛ 4. **МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема практического (семинарского) занятия 4.1: «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности

3. Цели занятия.

− сформировать представление о процессе контакта между клиентом и исполнителем;

− сформировать представление о современных формах обслуживания потребителей услуг.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Пространство контакта. Процесс контакта между клиентом и исполнителем.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Процесс обслуживания потребителей сервисных комплексов, его основные формы, методы и правила обслуживания. Современные формы обслуживания потребителей услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги. Правовое обеспечение сферы обслуживания. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Процесс обслуживания потребителей сервисных комплексов, его основные формы, методы и правила обслуживания.
2. Современные формы обслуживания потребителей услуг.
3. Основные типы сервисных посредников, посреднические и досуговые услуги.
4. Правовое обеспечение сферы обслуживания.
5. Жалобы и претензии потребителей, защита их прав.

2. РАЗДЕЛ 4. **МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема практического (семинарского) занятия 4.2: Основные методы предоставления услуг и формы обслуживания

3. Цели занятия.

− сформировать представление о процессе контакта между клиентом и исполнителем.

− сформировать представление о роли общения в построении процесса продажи

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Виды общения в «контактной зоне». Процесс контакта между клиентом и исполнителем	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

2.	Сущность содержания контакта	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Роль общения в построении процесса продажи	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятия «метод обслуживания» и «форма обслуживания».
2. Основное содержание предоставления услуг методом поточной линии.
3. Основное содержания предоставления услуг методом индивидуального подхода. Сущность кастомизации и персонализация при предоставлении услуг.
4. Основные формы обслуживания потребителей.
5. Сущность и особенности обслуживания потребителей в стационарных условиях и с выездом на дом к потребителю.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: Реферата/Эссе.

Перечень тем рефератов к темам раздела 4:

1. Виды общения в «контактной зоне».
2. Процесс контакта между клиентом и исполнителем.
3. Сущность содержания контакта.
4. Роль общения в построении процесса продажи?
5. Основные требования, предъявляемые к пространству контакта.
6. Принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.
7. Построение взаимоотношений клиент-контактный персонал (П. К. Миллс, Дж. Г. Моррис, М. Р. Соломон, К. Супренант, Дж. А. Зепиел, И. Дж. Гутман и др.).
8. Использование моделей массового обслуживания при определении мощности организации сферы услуг (Г. Вагнер, Е. Вентцель, Ю. И. Рыжиков, Х. Таха, Г. П. Фомин и др.).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.
- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.
- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.
- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.
- Лекция-беседа – непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией, диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.
- Лекция-дискуссия – свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи – особый тип лекционного занятия, при котором в начале и конце каждого раздела лекции преподавателем задаются вопросы. Вопрос в начале раздела задается для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.
- Проблемная лекция – опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос – это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.
- Программированная лекция-консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА	
Тема 1.1 Анализ современного рынка труда РФ	Рынок труда и его характеристиками, внешние и внутренние рынки труда, сегментирование внешнего рынка труда, структура рынка труда в России, особенности использования информационных технологий в коммерческих структурах, занимающихся вопросами занятости населения, современные тенденции эволюции рынка труда, проблемы найма в современных условиях**.**

Тема 1.2 Современные способы подбора и адаптации персонала	Определение потребности в кадрах, формулирование требований к кандидатам, требований к должностям с учетом опережающего развития организации, способы поиска и привлечения персонала, способы специфического привлечения персонала.
РАЗДЕЛ 2. РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА	
Тема 2.1 Планирование карьеры и оценка персонала	Сущность и содержание развития персонала организации. Основы планирования карьеры. Кадровый резерв и его роль в системе управления персоналом. Виды кадрового резерва и принципы его формирования.
Тема 2.2 Обучение и мотивация персонала	Основы формирования кадрового резерва. Методы оценки персонала, профориентация персонала, рассмотрение современных технологии аттестации персонала

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических занятий:

- Деловая игра – это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры – на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) – в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) – в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки – научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.
- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т. д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).
- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.
- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.
- Тренинг (англ. training, от train – обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.
- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.
- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.
- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия – это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения,

ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата – сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.
- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников – 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.
- Круглый стол – общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.
- Коллоквиум – (лат. colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.
- Метод «мозговой штурм» («мозговая атака», англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.
- Метод проектов – это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта.

Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг (англ. briefing от англ. brief – «короткий», «недолгий») – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.
- Метод портфолио (от англ. portfolio – «портфель», «папка») – современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА.

Тема 1.1. Анализ современного рынка труда РФ

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность рынка труда.
2. Модели рынка труда.
3. Факторы сегментации внешнего рынка труда.
4. Компоненты современного рынка труда.
5. Особенности рынка труда РФ.
6. Развитие информационных технологий.
7. Информационные поля.
8. Особенности рынка труда как информационного поля.
9. Модель рынка труда в условиях конкуренции.
10. Механизм регулирования рынка труда.
11. Проблемы найма при современном состоянии тынка труда РФ.

Тема 1.2. Современные способы подбора и адаптации персонала
Вопросы для самоподготовки:

1. Методы расчета потребности в кадрах.
2. Модель рабочего места.
3. Построение профессиограммы на основе профессиографического анализа.
4. Правила определения требований к кандидатам на должность руководителей.
5. Схема оценки индивидуальных способностей.
6. Формирование иерархии потребностей организации в кадрах.
7. Разработка и внедрение требований к должностям с учетом опережающего развития организации.
8. Активные методы набора кадров.
9. Вербовка персонала.
10. Способы специфического привлечения персонала.
11. Зарождение и становление понятие адаптации в науке управление персоналом организации

12. Подходы разных наук к определению понятия адаптации
13. Классификация направлений адаптации личности в организации
14. Аттестация персонала

РАЗДЕЛ 2. РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

Тема 2.1. Планирование карьеры и оценка персонала

Вопросы для самоподготовки:

- Сущность и содержание развития персонала организации
- Методы развития персонала
- Виды карьеры и их характеристика
- Модели карьеры
- Виды трудовой карьеры и способы её формирования
- Кадровый резерв и его роль в системе управления персоналом
- Цель и задачи кадрового резерва
- Основные подходы к классификации кадрового резерва
- Требования к подбору кандидатов в состав кадрового резерва
- Формирования кадрового резерва руководящего состава
- Элементы системы управления талантами
- Характеристика основных элементов системы управления талантами

Тема 2.2 Обучение и мотивация персонала

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность и содержание процесса обучения персонала
2. Базовые концепции профессионального обучения
3. Классификация методов обучения
4. Характеристика методов обучения
5. Профессиональное обучение как процесс
6. Перспективы развития профессионального обучения
7. Интерактивные виды обучения
8. Оптимальное сочетание внутреннего и внешнего обучения.
9. Способы увеличения способности системы профобучения к инновациям и гибкому реагированию на потребности рынка.
10. Неимитационные и имитационные (неигровые и игровые) методы обучения.
11. Суть программированного обучения.
12. Виды обучающих программ.
13. Технология компьютеризированного обучения.
14. Имитационное упражнение (баскет-метод).
15. Сущность деловой игры.
16. Сущность корпоративного тренинга.
17. Методы оценки экономической и социальной эффективности инвестиционных проектов в области профессионального обучения.
18. Способы оценки эффективности профессионального обучения.
19. Мотивация и стимулирование персонала организации
20. Виды мотивов
21. Формы стимулирования персонала
22. Пирамида потребностей А. Маслоу
23. Теория мотивации Д. МакГрегора
24. Теория мотивации Герцберга
25. Теория мотивации Портера-Лоулера

26. Теория мотивации МакКлеланда
27. Другие теории мотивации

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

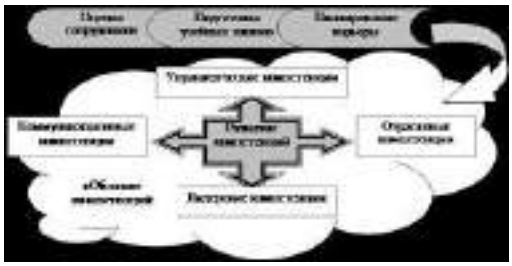
РАЗДЕЛ 1. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА.

Тема 1.1. Анализ современного рынка труда РФ

Тема 1.2. Современные способы подбора и адаптации персонала

РАЗДЕЛ 2. РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

Тема 2.1. Планирование карьеры и оценка персонала



Тема 2.2.. Обучение и мотивация персонала

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках

по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их

нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль). **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

2. **Раздел 1. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА**/Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать понимание рынка труда и его характеристики,

- выработать понимание особенностей использования информационных технологий в коммерческих структурах, занимающихся вопросами занятости населения,

- сформировать понимание современных тенденций эволюции рынка труда, проблемы найма в современные условия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Рынок труда и его характеристиками, внешние и внутренние рынки труда, сегментирование внешнего рынка труда, структура рынка труда в России, особенности использования информационных технологий в коммерческих структурах, занимающихся вопросами занятости населения, современные тенденции эволюции рынка труда, проблемы найма в современных условиях**.**	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Определение потребности в кадрах, формулирование требований к кандидатам, требований к должностям с учетом опережающего развития организации, способы поиска и привлечения персонала, способы специфического привлечения персонала.	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема 1.1. Анализ современного рынка труда РФ.

Кадровая политика — это ориентиры для действий и принятия решений относительно персонала, которые обеспечивают наиболее эффективное достижение целей гостиничного предприятия. Кадровая политика гостиничного предприятия включает: требования к персоналу; планирование персонала (количественное и качественное); маркетинг персонала (занятость, сокращение, увеличение штата); обучение персонала; кадровый аудит; политику стимулирования; социальную политику; коммуникационную политику и т.д.

Кадровая политика является частью концепции развития и должна учитывать долгосрочные тенденции и планы компании. В современных условиях кадровая политика

приобретает стратегический характер. При этом возрастает роль кадрового планирования, которое становится главным инструментом реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом.

Основной принцип отбора персонала — нужный человек в нужное время на нужном месте. Реализация этого принципа требует системного подхода, и первым шагом на этом пути является планирование персонала.

Необходимость в хорошо обученных работниках с опытом работы в индустрии гостеприимства и проблема большой текучести рабочей силы предопределяют актуальность эффективного планирования кадров. В последние годы кадровое планирование стало таким же важным делом в процессе управления предприятием, как планирование финансов.

Кадровое планирование — процесс обеспечения гостиничного предприятия необходимым количеством квалифицированного персонала, принятым на правильные должности в правильное время. Связанное с общим развитием компании, оно должно учитывать изменения внешних факторов: демографические изменения, изменения уровня образования, степень конкуренции, государственное вмешательство в экономику, технологическое развитие и др.

Цель кадрового планирования — в соответствии с требованиями производства предоставить работникам рабочие места в нужное время и в нужном количестве. Рабочие места должны быть предоставлены в соответствии со способностями и склонностями работников, должны позволять развивать их способности и обеспечивать эффективность труда. Кадровое планирование осуществляется как в интересах организации, так и в интересах персонала. Оно интегрировано в общий процесс планирования организации и должно, дать ответы на следующие вопросы:

- сколько работников, какой квалификации, когда и где будут необходимы;
- каким образом можно привлечь необходимый и сократить Излишний персонал без нанесения социального ущерба;
- как лучше использовать персонал в соответствии с его способностями;
- каким образом обеспечить развитие кадров для выполнения новых квалифицированных работ и поддерживать их знания в соответствии с требованиями производства;
- каких затрат потребуют запланированные кадровые мероприятия?

Процесс кадрового планирования в гостиничном предприятии состоит из четырех основных этапов, главным из которых является совпадение спроса и предложения.

Кадровое планирование осуществляется поэтапно по следующим направлениям:

- анализ действующего персонала гостиницы;
- оценка ожидаемых изменений в предложении кадров в планируемый период времени;
- прогноз спроса на кадры в планируемый период;
- принятие мер для обеспечения доступности требуемых кадров в нужный момент (совпадение спроса и предложения). Кадровое планирование может быть стратегическим, тактическим и оперативным

2. Стратегическое управление персоналом

Стратегия — это набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. Понятие стратегии рассматривается как один из процессов управления организацией.

Важнейшим этапом стратегического управления является определение миссии и целей деятельности организации. Цели должны быть логичны, однозначны, позитивны, увязаны между собой, выполнимы и понятны для исполнителей.

После установления целей на перспективу разрабатываются стратегические варианты развития компании, т.е. возможные пути достижения поставленных стратегических целей.

Стратегическая роль управления персоналом в структуре управления гостиницей заключается в следующем:

- стратегия управления персоналом должна быть представлена на высшем уровне управления организацией;

- особенности управления персоналом необходимо учитывать при разработке стратегии бизнеса и организационной структуры;

- все линейные руководители должны участвовать в реализации стратегии управления персоналом.

Стратегическое управление персоналом гостиничного предприятия должно быть направлено на организацию отношений и связей с внешним и внутренним рынком труда, политику использования персонала, выбор и реализацию стилей управления, организацию рабочих мест и охрану труда

Элементами стратегического управления персоналом гостиницы являются:

- цель гостиницы;
- система планирования;
- отношения высших управленческих кадров;
- организационная структура служб управления персоналом;
- критерии эффективности системы управления персоналом;
- ограничения на функционирование системы;
- доступность, полнота и обоснованность используемой информации;
- образование управляющих;
- взаимосвязь с внешней средой.

Для поддержания оптимального уровня управления персоналом в гостиничном предприятии необходима существенная финансовая поддержка. Бюджет по управлению персоналом чаще всего включает расходы на подбор персонала; социальную поддержку сотрудников, а также средства на поддержку сотрудников в особых обстоятельствах; обучение сотрудников, повышение их квалификации; мотивацию труда сотрудников, а именно: на изготовление знаков отличия, благодарственных писем, а также денежные суммы для премирования лучших сотрудников и др.

3. Определение потребности в персонале

Одним из основных вопросов кадрового планирования является определение потребности в персонале, которое базируется на данных об имеющихся и запланированных рабочих местах, плане проведения организационно-технических мероприятий, штатном расписании, плане замещения вакантных должностей. Планирование потребности в персонале включает:

- оценку наличных трудовых ресурсов;
- оценку будущих потребностей;
- разработку программы удовлетворения будущих потребностей.

Необходимо также определить, какое количество людей потребуется для выполнения конкретной операции, и оценить качество труда; провести прогноз численности трудовых ресурсов, необходимых для выполнения всего комплекса работ в отеле, а также оценить существующий рынок труда на предмет наличия квалифицированных работников, уровня зарплаты и т. п.

Исходными сведениями для определения плановой численности сотрудников, их профессионального и квалификационного состава являются производственная программа и плановая норма выработки

В гостиничном бизнесе кадровая политика определяет генеральную линию и принципиальные установки в работе с персоналом на длительную перспективу.

Количество обслуживающего персонала для обеспечения работы гостиницы в расчете на одного гостя зависит от многих факторов, и в первую очередь от категории гостиницы:

- одна звезда — 0,4 и более работников;
- две звезды — 0,6 и более работников;
- три звезды — 0,8 и более работников;
- четыре звезды — 1,2 и более работников;

- пять звезд — 2 и более работников.

Выделяют два этапа для определения потребности предприятия в персонале: прогноз общей потребности в кадрах в плановый период, а также наличного обеспечения кадров — планирование численности сотрудников, планирование профессионального состава; расчет плановой дополнительной потребности в кадрах.

В гостиничных предприятиях нередко используется метод планирования «от достигнутого уровня», или так называемый балансовый метод. Тогда численность работников в плановом периоде (ЧРп) рассчитывается по формуле

где ЧРот — численность работников в отчетном периоде; Ig — индекс роста объема услуг; Iw — индекс роста производительности.

Однако в таком случае есть вероятность переноса недостатков в использовании работников в текущем году на следующий год. Следовательно, расчеты необходимо дополнять анализом использования фонда рабочего времени.

Аналитические методы расчета численности персонала основаны на изучении затрат рабочего времени и определении трудоемкости каждого вида работ (Hti). Зная фактически полезный фонд рабочего времени одного работника (Ф), занятого выполнением i-го вида работ, расчетную численность работников в плановом периоде можно определить по формуле

Трудоемкость производства i-го вида работ равняется, произведению трудоемкости i-го вида продукта на его количество по плану.

Однако если не обеспечивается условие непрерывности процесса деятельности, общая численность работников рассчитывается с некоторой погрешностью.

При расчете необходимо использовать коэффициент выполнения нормы выработки (например, сколько номеров должна по норме убирать горничная), который обеспечивает учет равномерности объема производства услуг в течение отчетного периода и экстраполируется в плановый период.

В гостиничном бизнесе необходимо проанализировать, имеются ли колебания потребности в рабочей силе в течение года, в отдельные периоды относительно расчетного среднегодового показателя. Диапазон показателей может быть значительным. Поэтому гостиница, рассчитав среднегодовой показатель потребности в кадрах, может в отдельные периоды чувствовать либо нехватку персонала, либо его избыток.

Сегодня в гостиницах для эффективного планирования профессионального состава кадров чаще всего сначала определяют общую численность персонала, а затем распределяют ее в соответствии с существующей структурой по профессиям.

Дополнительная потребность (ДП) в кадрах возникает при изменении объема услуг и уровня производительности труда и рассчитывается по формуле

ДП = ЧРК - ЧРн,

где ЧРК и ЧРН — расчетная численность работников гостиницы на конец и начало планового периода соответственно.

Для разработки плана мероприятий по комплектованию штата гостиницы необходимы сведения о дополнительной потребности в кадрах на возмещение планируемой потери рабочей силы в связи с текучестью кадров

Тема 1.2 Современные способы подбора и адаптации персонала

Рекрутер организации занимается поиском новых сотрудников, когда: создается новая компания, филиал; происходит расширение имеющегося штата компании; необходимо найти нового сотрудника на место уволившегося или уволенного. Найм сотрудников – важная составляющая эффективной работы компании. Правильно выбранная стратегия поиска и отбора специалистов позволит сократить потери времени, денег, сил и кадров. Принципы найма сотрудников Чтобы провести эффективный наем персонала в организацию, нужно придерживаться нескольких принципов в работе: Своевременность. Каждый этап при поиске персонала должен иметь четко ограниченные временные рамки, которые обеспечат

решение поставленных задач. Соответствие. Используемые методы поиска персонала не должны противоречить поставленным задачам и целям. Результативность. Успех каждого этапа при найме персонала зависит от эффективности выполнения предыдущего. В конечном итоге это позволит нанять квалифицированного сотрудника, а не тратить финансы на обучение кадров. Только четкое следование перечисленным принципам позволяет повысить эффективность работы кадровых работников. Виды найма персонала Поиск персонала – трудоемкий процесс, который требует решения различных вопросов. Так, найм персонала ставит, в частности, следующие вопросы: где осуществлять поиск, как оповестить потенциальных кандидатов об открывшейся вакансии. Существует два вида поиска персонала: внутренний – поиск среди сотрудников компании; внешний – поиск среди людей, которые не имеют отношения к организации. У каждого способа есть свои преимущества и недостатки, которые влияют на затраты и скорость выбора кандидата. Внутренний наем персонала выполняется несколькими способами: повышение по службе одного из работников; перемещение специалиста из одного отдела в другой; подбор из бывших сотрудников, которые уволились по объективным причинам; с помощью распространения внутренних объявлений (открытый конкурс на вакантные места); рефералы сотрудников; рассмотрение предыдущих кандидатов. Применение внутреннего способа поиска позволяет стимулировать специалистов на усердную работу, экономит финансы организации, помогает в развитии лояльности сотрудников. Но при этом отмечаются различные недостатки – отсутствие новых идей, ограниченный охват специалистов, рост напряжения между сотрудниками (при продвижении одного из них по карьерной лестнице). К внешним источникам найма персонала относят: прямой набор – размещение уведомлений о вакансии; обращение на биржи; поиск с помощью кадровых агентств; рекламу; поиск среди студентов учебных заведений; профессиональные ассоциации. Данный процесс поиска занимает больше времени, требует высоких затрат (как при найме сотрудника, так и для его стимулирования в дальнейшем), но при этом позволяет сохранить доброжелательную атмосферу, увеличить масштабы выбора кандидата и привлечь сотрудников с новыми идеями. Процедура найма персонала Многие компании осуществляют найм персонала в организацию хаотично, не задумываясь о правилах и полноценной системе подбора специалистов. Это провоцирует потерю времени, сил и финансов, ведь найти квалифицированного сотрудника, который будет отвечать реальным требованиям компании, достаточно трудно. Этапы процесса найма персонала: Осознание необходимости в найме сотрудника и формирование заявки от руководителя. При этом указываются требования к кандидатам. Определение условий найма персонала. На данном этапе выполняется подготовка инструкции с подробным указанием требований, прав, функций и обязанностей сотрудника. Выбор вида найма персонала в организацию. Подбирается наиболее оптимальный источник поиска сотрудников в зависимости от поставленных задач. Прием документов от кандидатов. Профессиональная ориентация – ознакомление со сферой деятельности, организацией, профилем работы. Отбор кандидатов. Включает несколько этапов – знакомство, анализ документов, сбор информации о соискателе, сопоставление представленной информации с заявленными требованиями и проведение собеседования. Определение профпригодности кандидата, проведение тестирования. Прохождение медицинского осмотра (для определенных направлений деятельности – обязательное условие). Прием на работу. Выбор наиболее подходящего из представленных соискателей. Если работодатель и соискатель довольны полученными результатами, то заключается трудовой договор, после чего производится назначение на должность. Организация найма персонала предполагает последовательное прохождение всех этапов для снижения ошибок при приеме соискателей на определенные должности. При этом происходит формирование положительного имиджа компании. Методы найма Для работодателя главное – подобрать сотрудников, которые были бы ответственными, целеустремленными и профессионально

выполняли поставленные задачи. Именно специалисты – лицо компании, которые могут как погубить ее, так и вывести на новый уровень. Существуют различные методы найма сотрудников, у которых есть свои преимущества и недостатки: Реклама в

специализированных изданиях. Позволяет найти серьезных соискателей, которые интересуются и разбираются в направлении деятельности компании. Службы занятости. У них есть большая база соискателей. Образовательные учреждения. Многие учебные заведения имеют собственные службы трудоустройства, которые могут порекомендовать успешных студентов. Кадровые агентства. Проводят дополнительную работу с соискателями, отсеивая тех, кто не отвечает заявленным требованиям заказчика, дают рекомендации во время окончательного выбора сотрудника. Случайные соискатели. Нередко специалисты, самостоятельно обратившиеся в компанию по поводу вакантных мест, оказываются именно теми кандидатами, которые нужны. Формирование сообщения о вакантной должности на телевидении, электронных картах города, в общественных местах. Использование различных площадок (доски объявлений, сайты для поиска работы).

Если рассматривать отдельный блок "Подбор персонала" (а их уйма, но об этом потом), с учетом того, что в штатном расписании есть открытая единица и выделен бюджет, то схема будет следующая (это максимально расширенный вариант)

Заявка на подбор от руководителя

1. Стратегия активного и пассивного поиска (формирование этапов отбора)
2. Собеседование с Рекрутером / или сразу Рекрутер + руководитель или с другим ЛПР
3. Тестирование (при необходимости)
4. Сбор рекомендаций
5. Служба безопасности
6. Offer
7. Выход сотрудника и оформление

1. Заявка на подбор (расширенная статья про составление заявки тут)
С самого начала, необходимо определить, какие задачи должен решать специалист в отделе (его функционал) и какие качества ему помогут решить их на отлично (проф и личностные компетенции), именно поэтому нужно развёрнуто пояснить рекрутера кто требуется, ведь без нормального ТЗ и результат (вы поняли какой)
Что нужно отразить в заявке, если у вас в компании есть внутренний менеджер по подбору персонала:
Название должности и отдел, где открыта вакансия

1. Кому будет подчинение и будет ли кто-то в подчинении
2. Социальные характеристики (пол, возраст)
3. Образование, знание языков, доп курсы
4. Описать функционал (задачи которые будет выполнять внутри отдела и со смежными подразделениями)
5. Требования к проф опыту и личностным качествам
6. Мотивация (оклад и премии), подробно расписать схему оплаты
7. Вопросы, которые следует уточнить Рекрутеру на этапе телефонного звонка (45 шт. по проф компетенциям)

Если у вас есть проверочный тест для кандидата, то его необходимо подготовить заранее и приложить к заявке! Заявку необходимо утвердить с Рекрутером, пообщаться лично и еще раз акцентировать все необходимые моменты и утвердить бриф.
2. Стратегия активного и пассивного поиска (формирование этапов отбора)
После того, когда заявка готова, Рекрутеру необходимо выстроить стратегию поиска сотрудника и воронку движения кандидата по всем этапам
Профиль кандидата (где отражаются все основные моменты из заявки + вопросы и кейсы, которыми будет оцениваться специалист на этапе отбора)

1. Утвердить кол-во этапов и сроки обратной связи от ЛПР.
2. Определить формат проведения интервью (индивидуальное, групповое и т.д.)
3. Выстроить пассивный поиск - входящий поток (публикации на job сайтах, соц сетях, среди сотрудников и тд)

4. Выстроить активный поиск - поиск "руками" (работа с базами, job сайтами, hunting, е-мейл рассылки, услуги КА и т.д)

3. Собеседование

Формат интервью может быть разный, если требуется массовый подбор, то целесообразно делать групповое собеседование (он же assessment центр), который будет проводить Менеджер по подбору персонала. Если позиции точечные, то делаем индивидуально с каждым кандидатом. Стандартный формат следующий отсев резюме

1. первичный телефонный звонок
2. встреча в офисе
3. повторная встреча при необходимости
4. ответ (положительный или отрицательны)

Как проводить первичное собеседование выбирайте сами, могут быть разные варианты, все зависит от количества лиц принимающих решение, например:

Только Рекрутер

Рекрутер + Руководитель

Рекрутер + Руководитель + еще ЛПР, если есть

4. Тестирование

Если вакансия требует тестового задания, то следует заранее его подготовить! Если вы быстро нашли того, кого хотели и чтобы человек не ждал, пока вы составите задание (убежит же к другим, более ловким и быстрым)

Не рекомендую давать тест перед интервью (сократите воронку хороших сотрудников), да, это быстрый способ проверить человека, но велик риск того, что хорошего кандидата схантит другой, т.к. он пока не увидел ценности в вашем предложении и компании. Не перегибайте со сроком тестового, до 4-5 часов вполне адекватно. Если есть возможность, то оплатите тестовое, особенно, если это реальная рабочая задача.

5. Сбор Рекомендаций

Если кандидат подходит, то обязательно соберите на отзывы у прошлого работодателя, коллег, клиентов, если реально. Берите не менее трех контактов (желательно непосредственных руководителей будущего сотрудника)

6. Служба безопасности

Один из этапов может быть прохождение СБ. Заранее на этапе первого интервью говорите об этом кандидату.

7. Offer

Если кандидат прошел все этапы, тогда направляется *Offer* в формате pdf на почту с копией на всех заинтересованных лиц. Формы документов бывают разные, но основная информация должна быть следующая:

ФИО, благодарность за встречи, предложение на следующих условиях

1. Название должности, фио и должность непосредственного руководителя
2. Должностные обязанности: указать все задачи, которые будут выполняться в рамках данной позиции
3. Период ИС
4. Оклад и премия на ИС (указывать в net)
5. Оклад и премия на после ИС (указывать в net)
6. График работы, форма занятости
7. Иные условия компенсации и доп. плюшки (Например: 13 зарплата, ДМС, оплата мобильной связи и т.п.)
8. Дата выхода
9. Также можно написать о сроках действия данного предложения (т.е. если до25 определенной даты не будет ответа, то предложение аннулируется)
10. Подпись и согласие от кандидата

Можно внести данный пункт как дополнение с просьбой выслать скан или принести в первый рабочий день

Написать список документов, которые необходимо при себе иметь в первый рабочий день!

9. Выход сотрудника и оформление

Заранее до выхода сотрудника подготовить ему рабочее место, создать учетные запись, настроить ПК, согласовать договора у юристов и бухгалтерии, забронировать переговорку для Welcome-тренинга в первый рабочий день и проинформировать отдел, куда выходит человек. Пусть сотрудник прейдёт и поймет, что его ждали.

1. Дисциплина (модуль). **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

2. **Раздел 2. РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА**/Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать представление о сущности и содержании развития персонала организации.,

- сформировать понимание основы формирования кадрового резерва,

- раскрыть основные положения методов оценки персонала,

- рассмотреть современные технологии аттестации персонала

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность и содержание развития персонала организации. Основы планирования карьеры. Кадровый резерв и его роль в системе управления персоналом. Виды кадрового резерва и принципы его формирования.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Лекция с применением обратной связи
2	Основы формирования кадрового резерва. Методы оценки персонала, профориентация персонала, рассмотрение современных технологии аттестации персонала	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема 2.1. Планирование карьеры и оценка персонала

Профессиональной карьерой называются активные действия специалиста по личностному росту в области своей деятельности как профессионала. Этот процесс чрезвычайно связан с увеличением мастерства и профессионализма и является больше со стремлением к цели, чем ее достижением. При этом удачной она считается только в том случае, когда план профессиональной карьеры включает не просто достижение определенных высот, но и понимание, зачем это было нужно, а также следующих шагов в улучшении личностных и профессиональных качеств.

Планирование профессиональной карьеры является процессом, в результате которого формируется план поэтапного решения поставленной задачи с учетом влияния различных факторов. При этом перед началом процесса необходимо определить свое отношение к ней и общий настрой. Также очень важно понимать к чему стремится, так как невозможно достичь размытых и неопределенных целей, что неизбежно негативно скажется на мотивации и результате.

Способы развития профессиональной карьеры

Специалисты различают горизонтальное и вертикальное развитие профессиональной карьеры. При этом движением по горизонтальному направлению принято считать рост мастерства профессионала, которое может происходить в направлениях в глубину и ширину. При углублении специалист пытается освоить более трудные варианты своей работы, что, в итоге, позволит ему выполнить такие виды действий, которые прочим профессионалам просто не доступны. При этом будет расти уважение к Вам и ценность ваших действий. При расширении мастерства Вам нужно будет освоить ряд смежных профессий. Подобный подход повысит Вашу универсальность как специалиста и придаст определенной независимости от действия других сотрудников компании, что позволит более точно и быстро выполнять свои обязанности.

Проектирование профессиональной карьеры также должно обязательно учитывать ее вертикальное развитие, выражающееся в должностном росте и развитии умения организации работы. Качествами, определяющими успех в этой области, являются:

- образование – кроме профессионального образования специалисту следует постоянно совершенствовать свои навыки в управлении подчиненными и более грамотному распределению ресурсов. Помочь в этом могут различные программы MBA;
- системность и глубокий анализ – эти качества позволяют наиболее точно и быстро прогнозировать различные ситуации и успешно разрешать кризис еще до его появления;
- коммуникативные навыки – позволяют успешно взаимодействовать с другими специалистами коллектива и более эффективно решать возложенные руководством задачи;
- высокий уровень самоконтроля – позволяет регулировать и контролировать свою деятельность, а также защищаться от стрессов;
- реальный взгляд на вещи – понимание своих возможностей и уровня мастерства, а также адекватное самоуважение;
- направленность на оптимальное решение любой задачи и стремление к самосовершенствованию в области профессиональной деятельности.

План профессиональной карьеры

Составление дальнейших планов по развитию своей карьеры является непрерывным процессом, который обязан длиться на протяжении всей профессиональной деятельности специалиста. Для достижения успеха план профессиональной карьеры должен содержать следующие шаги:

1. Осознанное решение по выбору профессии. Этот пункт требует понимания своих возможностей, предрасположенностей и предпочтений. Также в нем следует учесть такие неприятные особенности, как Ваш творческий предел, выше которого развиться не удастся.
2. Тщательное составление подробного плана по профессиональному и личностному росту, учитывающего возможные затруднения и способы по их преодолению. Кроме того, в нем должны присутствовать различные запасные варианты на тот случай, если выбор профессии или шаги по карьерному росту потерпят крах.
3. Получение специального образования, позволяющего занимать выбранную должность и решать повседневные задачи в определенной области. Следует понимать, что обучаться придется на протяжении всей жизни, постоянно совершенствуя свои навыки и поднимая уровень профессионализма. Программы MBA могут здорово помочь в этом,

сделав из Вас профессионала, чьи услуги будут востребованы крупными зарубежными компаниями.

4. Развитие умения поиска и получения выбранной работы. При том чрезвычайно важно наличие следующих особенностей:

- позитивная установка на поиск работы;
- умение эффективного поиска информации о текущем состоянии рынка труда по выбранной специальности;
- умение грамотного составление необходимого пакета бумаг, позволяющих найти работу;
- навыков телефонного общения и грамотной подачи информации о себе, своих знаний и навыков;
- умение правильно построения разговора с потенциальным работодателем таким образом, чтобы у него сформировался Ваш позитивный образ и желание предложить наиболее выгодные условия работы.

Примерный план программы управления развитием персонала в организации

Персонал это единственный ресурс для достижения успеха компании. По этой причине самым разумным выбором руководителей будут инвестиции в его развитие. Следуя данному принципу, многие отдают предпочтение разовым и громким тренингам, но разовое обучение дает разовый эффект. Поэтому все именитые компании, выбирают системное развитие персонала, прорабатывая программы развития на годы вперед. Они точно знают, что предприятие умеющее готовить нужных для себя специалистов, которые полностью соответствуют требованиям, будет сложно сломать.

1. Синхронизация со стратегией компании

Можно найти множество прекрасно расписанных, больших и детальных программ развития сотрудников. Но на практике они не дают результата, если в них не учтена стратегия бизнеса. При использовании таких программ результат не оправдывает ожидания, а иногда попросту разочаровывает.

Работники и даже линейные руководители зачастую с трудом представляют, какие стратегические цели определены для развития компании. От того они как лебедь, рак и щука тянут организацию в разные стороны. Синхронизация стратегии развития персонала и стратегии развития предприятия – это то, с чего начинается закладка фундамента успешной программы.

Поэтому самый первый шаг – определение (для руководителей) вектора развития компании, чтобы встроить в него развитие коллектива.

Движение развития может быть разным, например, в сбытовой компании часто встречаются стратегии по:

— освоению нового рынка;
— расширению каналов сбыта;
— оптимизации расходов;
— сокращению процента отказов;
— усилению позиции в направлении крупных сделок;
— сокращению текучки или привлечению новых специалистов;
— укреплению долгосрочных отношений с заказчиками;
— увеличению оборота или прибыли на энное количество процентов;
— повышению конкурентоспособности;
— многое другое.

Не важно, какая стратегия развития предприятия является ключевой на будущий период, важно продумать как программа развития персонала может ее подкрепить и помочь продвинуть в нужное время и в нужном месте.

2. Выбор направленности программы развития персонала

Разобравшись в стратегических целях компании можно смело определять какую проблематику необходимо решить, чтобы перенаправить персонал в нужное русло.

Вариантов может быть масса, но главное, чтобы эта проблематика была связанна именно со стратегией организации.

Тема 2.2 Обучение и мотивация персонала

Образование и карьерный рост

Никто не будет выкладываться на все 100%, если ему не гарантируют личностный и карьерный рост. Сотрудник просто не увидит смысла в этом. Поэтому руководителям придется выяснить, насколько перспективны их предложения для подчиненных.

В качестве поощрения за эффективный труд чаще всего предлагают:

- надбавки;
- дополнительный отпуск;
- обучение за счет компании;
- повышение квалификации;
- повышение в пределах компании или команды.

Если образования и опыта у нанятых кадров не хватает, можно или обучить их «под себя», или заменить «проблемных» работников. Данный вопрос остается на усмотрение каждого отдельного руководителя.

Мотивация

При оценке трудов команды анализируется еще и их заинтересованность в качественном выполнении обязанностей. Важно создать условия, при которых человеку будет интересно и выгодно «выкладываться на все 100%», а иногда и работать сверхурочно.

Чаще всего в качестве основной мотивации выступает повышение зарплаты, а также разнообразные премии и надбавки. «Поощрение рублем» способно заинтересовать даже самого способного, но ленивого кадра.

Инструменты и технологии

Чтобы организация хорошо проявила себя, нужно заранее позаботиться о том, чтобы у членов команды были:

- технологии для выполнения проекта;
- возможности автоматизации некоторых процессов;
- необходимые для поставленной задачи инструменты.

Инструментарий и технологии не должны устаревать – иначе в работе будут использованы «старые приемы», которые «выходят из моды».

Оценка команды – непростое решение, требующее тщательного анализа многочисленных факторов. Если не получается справиться с задачей самостоятельно, рекомендуется воспользоваться аутсорсом. Специалисты «извне» обычно способны дать объективную оценку не только бизнесу, но и конкретному штату.

Оценка персонала - это целый целенаправленный процесс установления соответствия количественных и качественных профессиональных характеристик персонала требованиям должности (рабочего места), подразделения и организации в целом /8, 204/.

Оценка персонала в организации должна проводиться регулярно, для того чтобы сотрудники видели результаты своего труда, справедливо оцененные руководителям, а руководителями по результатам оценки могли лучше управлять сотрудниками и эффективнее их использовать. Важная роль в осуществлении оценки принадлежит специалистам по управлению персоналом, менеджерам, в целом руководителям различного ранга.

Для осуществления оценки персонала, важное значение имеет определение целей, методов, критериев оценки.

Цели оценки персонала:

Улучшение качества, которое достигается путем периодического и систематического оценивания.

Единство действий в управлении, так как единая система оценки позволяет ожидать, что действия по управлению будет соответствовать результатам оценки и будут более эффективными.

Более эффективное использование человеческого потенциала. Коллектив организации имеет социально-психологический потенциал, который должен быть использован, который должен быть использован по возможности лучшим образом.

Формирование и поддержание здорового морально- психологического климата в коллективе. Обоснованная, справедливая и гласная оценка способствует здоровому морально-психологическому климату.

Повышение производительности, так как персональные оценки - стимул для оцениваемых. Длительность повышения производительности существенно зависит от правильности оценки персонала.

Основные задачи оценки персонала:

Управленческое воздействие. С помощью оценки, а также с помощью оценочного разговора можно показать сотруднику его место в соответствии с его достижениями, что способствует управляемости персонала.

Определение размеров вознаграждения, так как лишь при объективной оценки достижений сотрудника, возможно, справедливо оплатить его труд.

Развитие персонала, так как обеспечивает выбор достойных форм поощрения и содействия профессиональному росту работников.

Рациональное использование сотрудников, поскольку оценка обязательна при занятии рабочего места, повышение по службе, перемещение принятия решения об оставлении рабочего места.

Трудовая мотивация, так как она - импульс к сознательной деятельности сотрудников, направленный на повышение достижений.

Кроме того, оценка персонала может помочь в решении таких значительных задач, как:

- установление обратной связи с сотрудником по профессиональным, организационным и иным вопросам;

- удовлетворение потребности сотрудника в оценке собственного труда и качественных характеристик.

Определение степени эффективности труда имеет своей главной целью: улучшить результативность работы персонала, помогая ему реализовать и полностью использовать его потенциал; снабжать работников и руководителей информацией, необходимой для принятия решений, связанных с работой

В этом заключается основная цель оценки результатов деятельности персонала

деятельности персонала, которую можно разделить на три группы функций: административную, информационную и мотивационную.

Административные функции: повышение по службе, понижение, перевод, прекращение трудового договора. Каждая организация должна осуществлять оценку труда своего персонала для принятия административных решений о повышении, переводе и прекращении трудового договора. Продвижение по службе помогает организации, поскольку позволяет ей заполнять вакансии служащими, которые уже проявили свои способности. Оно помогает и служащим, удовлетворяя их стремление к успеху, достижениям и самоуважению. Продвижение по службе - отличный способ признания достижения работника. Однако при принятии решении о продвижении по службе руководство должно поощрять только тех, кто имеет способности для эффективного исполнения обязанностей в новой должности. К сожалению, иногда повышают тех работников, которые хорошо исполняют свои нынешние обязанности, но не располагают потенциалом для эффективной работы в новой должности.

Перевод можно использовать, чтобы расширить опыт работника, а также в тех случаях, когда руководство считает, что он или она будут работать более эффективно в другой должности. Иногда перевод используется и в тех случаях, когда человек работает неудовлетворительно, но в связи с его большим стажем или прошлыми заслугами руководство считает, что прекращение трудового договора с ним было бы неэтичным. В такой ситуации перевод представляет собой понижение в должности, и работник

оказывается на такой должности, где он еще может приносить какую-то пользу, но не будет "блокировать" карьеру молодому способному работнику.

В тех случаях, когда работнику сообщили оценку результатов его труда и предложили достаточные возможности для ее улучшения, но он не хочет или не может работать по стандартам организации, трудовой договор с ним должен быть расторгнут. Какова бы не была административная ситуация, ясно, что без эффективного метода оценки результатов деятельности невозможно принять решения.

Информационные функции. Оценка результатов деятельности нужна для информирования людей об относительном уровне их работы. При должной постановке этого дела работник узнает не только о том, достаточно ли хорошо он работает, но и каковы сильные или слабые стороны и в каком направлении он может совершенствоваться.

Мотивационные функции связаны с тем, что, определив сильных работников, администрация может должным образом вознаградить их благодарностью, зарплатой или повышение в должности. Систематическое положительное подкрепление поведения, ассоциирующегося с высокой производительностью, должно вести к аналогичному поведению и в будущем.

Информационные, административные и мотивационные функции трудовой деятельности взаимосвязаны и действуют как система. Информационная, ведущая к административному решению о повышении по службе, должна положительно мотивировать человек к хорошей работе.

Оценка деятельности персонала требует наличия стандартов, с которыми сравнивается его деятельность.

В стандарты исполнения следует включать два основных вида информации: что сделано и как хорошо это сделано. Стандарты исполнения нацелены на то, как хорошо задания выполнены. Каждый стандарт должен быть достаточно ясно изложен, для того, чтобы руководитель и подчиненный знали, чего ожидать, и будет ли это достигнуто. Так как стандарты исполнения и трудовые задачи тесно связаны между собой, общепринятым является их взаимное развитие. Стандарты исполнения приводят требования к работе на уровни, приемлемые или неприемлемые для поведения работника. Они играют критическую роль в системе "анализ работы - оценка исполнения"

Ключевыми требованиями к любой системе оценки являются: уместность, чувствительность, надежность, приемлемость и практичность. Рассмотрим каждое из них.

Уместность предполагает, во-первых, четкие связи между стандартами исполнения для индивидуальной работы и целями организации и, во-вторых, четкие связи между критическими элементами, идентифицированными через анализ работы и размеры оценочных форм. Уместность - это ответ на вопрос: "чем в действительности является разница между удачей и неудачей в индивидуальной работе?".

Чувствительность заключается в том, что оценочная система исполнения должна быть способна отличать эффективных исполнителей от неэффективных. Если этого нет, то система оценки не может быть использована для целей управления и, конечно, не может помочь работникам в их развитии. Все чаще западные страны стараются осуществить оценку исполнения через "профиль исполнения", который является компьютерной разработкой, где сильные и слабые стороны подчиненного, отклоняющиеся от средней величины, представляют собой его собственные способности. Эта градация по уровням бессмысленна для сравнения работников друг с другом, но она очень полезна для индивидуального продвижения и развития. Практика показывает наличие противоречия между оценками, сделанными для административных целей развития работников. Оценочная система, спроектированная для административных целей, требует информации о различиях между индивидуумами, тогда как система, спроектированная для роста сотрудников, требует информации о дифференциации среди сотрудников. Это - два различных типа информации.

Надежность касается последовательности суждений. Для любого работника оценка составляется по рейтингам работы независимо от других, близких по смыслу суждений. Но

оценки, данные различными людьми (руководители, равные по положению, подчиненные), очень различаются по одной и той же работе. Снабжая надежными данными, каждый оценщик должен иметь соответствующие возможности для наблюдения за тем, что работник сделал, и за условиями, в которых он это сделал. Иначе ненадежность может выглядеть как непривычность.

Приемлемость - на практике наиболее важное требование, так как программы управления персоналом должны быть поддержаны теми, кто будет их использовать, или теми, кто потенциально может им препятствовать. К сожалению, многие организации не прилагают достаточных усилий для поддержки и участия тех, кто будет использовать оценочную систему. Упор делался больше на технический аспект, чем на межличностные и внутри коллективные компоненты программ оценки исполнения. Этими действиями власти подрывают доверие ко всей оценочной системе. Проще заручиться активной поддержкой и содействием подчиненных для определения точных аспектов оценки исполнения, которые они дадут. Следует проявлять больше открытости в управлении персоналом, с тем, чтобы сказать: "Вот что вы должны делать для компетентного исполнения", а затем ожидать выяснения типов приемлемости доверительности, которые необходимы для оценки исполнения.

Практичность предполагает, что инструменты оценки должны быть просты для понимания и использования руководителями и подчиненными.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания	
Тема 1.1 Понятие об автоматизированных системах управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания	Понятие об информационных технологиях. Классификация информационных технологий. Влияние информационных технологий на развитие сферы гостеприимства и общественного питания.
Тема 1.2. Системы бронирования и резервирования	Характеристики компьютерных систем бронирования и резервирования. Система бронирования Amadeus. Система бронирования Galileo. Система бронирования Worldspan. Система бронирования Sabre. Другие зарубежные системы бронирования. Российские компьютерные системы бронирования. Выбор системы бронирования.
РАЗДЕЛ 2. Автоматизированные системы управления гостиничным комплексом	
Тема 2.1. Информационные системы менеджмента	Классификация информационных систем менеджмента. Пакеты управления индустрией гостеприимства. Программные продукты фирмы «Арим-Софт». Программа «Само-Тур». Программный комплекс «Мастер-Тур». Программные продукты фирмы «Интур-Софт». Программы Voyage Office и «Аист-2.5». Система Continent-ANT. Программа «Тур». Программа «Туристский офис». Программа Jack.

Тема 2.2. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом	Общая характеристика гостиничного комплекса. Система автоматизации гостиниц Hotel-2000. Автоматизированная система управления гостиницей «Русский отель». Автоматизированная информационная система для гостиниц «Отель-Симпл». Система «Меридиан-1». Программные продукты фирмы «Рек-Софт». Система Lodging Touch. Комплекс автоматизации гостиничного хозяйства KEI-Hotel. Система Fidelio. Система модулей Cenium. Система комплексной автоматизации «Дип-Пансион». Система Nimeta. Сравнительная характеристика основных систем управления гостиничным комплексом

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение

способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.

Тема 1.1. Понятие об автоматизированных системах управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.

Вопросы для самоподготовки:

1.Информационные технологии. Классификация
2.Крупнейшие внутренние компьютерные системы бронирования и резервирования.
3.Система IDS. Система ADS

Тема 1.2. Системы бронирования и резервирования

Вопросы для самоподготовки:

1.Понятие GDS
2.Наиболее известные системы резервирования
3.Цели CRS
4.Российские компьютерные системы бронирования

РАЗДЕЛ 2. Автоматизированные системы управления гостиничным комплексом

Тема 2.1. *Информационные системы менеджмента*

Вопросы для самоподготовки:

1.Классификация информационных систем менеджмента
2.Программные продукты,разработанные фирмой «Арим-Софт»
3. Технические характеристики программы TurWin
4.Программа «Само-Тур»
5.Функции программы «Travel Agent-2000»

Тема 2.2. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом

Вопросы для самоподготовки:

1.Общая характеристика гостиничного комплекса
2.Функции службы управления номерным фондом
3.Основные функции системы Fidelio FO
4.Основные критерии анализа систем управления гостиничным комплексом

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

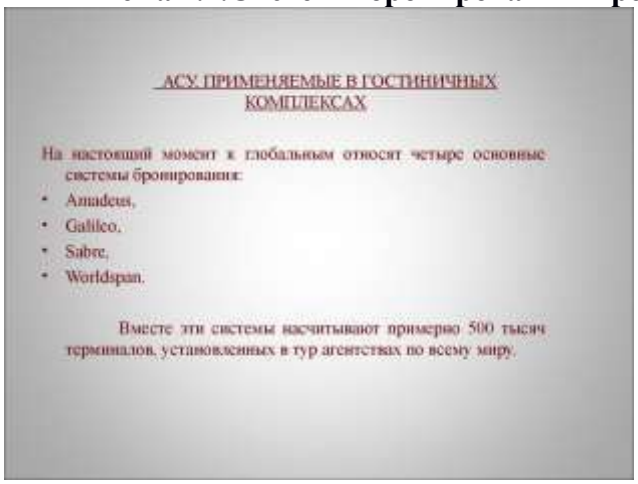
РАЗДЕЛ 1. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.

Тема 1.1. Понятие об автоматизированных системах управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

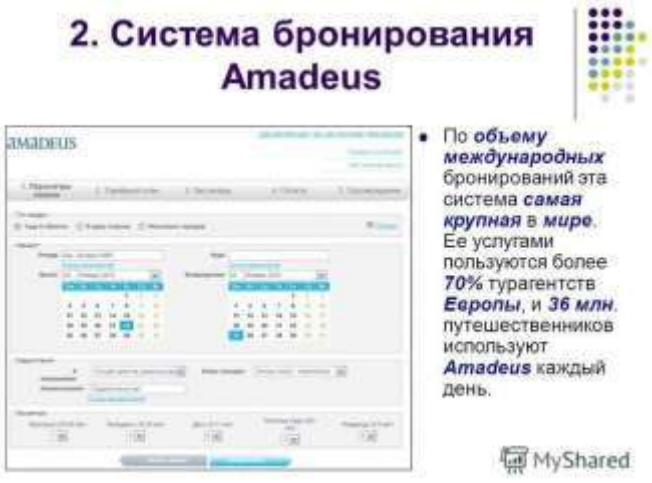
Источник: https://thepresentation.ru/img/tmb/2/166469/8704483159af5abc5b694911a40eaec5-800x.jpg

Источник: https://cf.ppt-online.org/files/slide/o/O7du9gfZLDbHUWFAk8CJYSqGxRnQXy2NErtBlm/slide-5.jpg

Тема 1.2.Системы бронирования и резервирования.



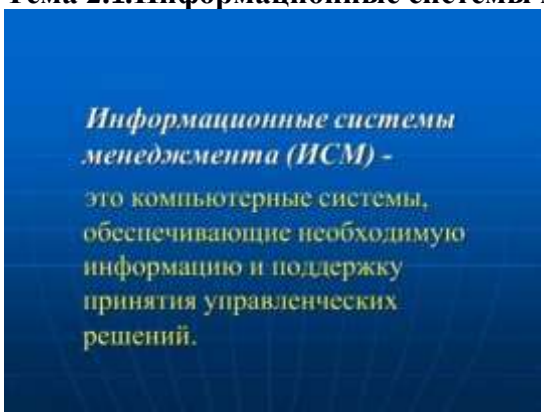
Источник:https://cf.ppt-online.org/files/slide/j/JE81gqUieYD7V3GsZTnxFKW2lpM9ILw6cuORPh/slide-5.jpg



Источник: http://www.myshared.ru/slide/1410960/

РАЗДЕЛ 2. Автоматизированные системы управления гостиничным комплексом

Тема 2.1.Информационные системы менеджмента



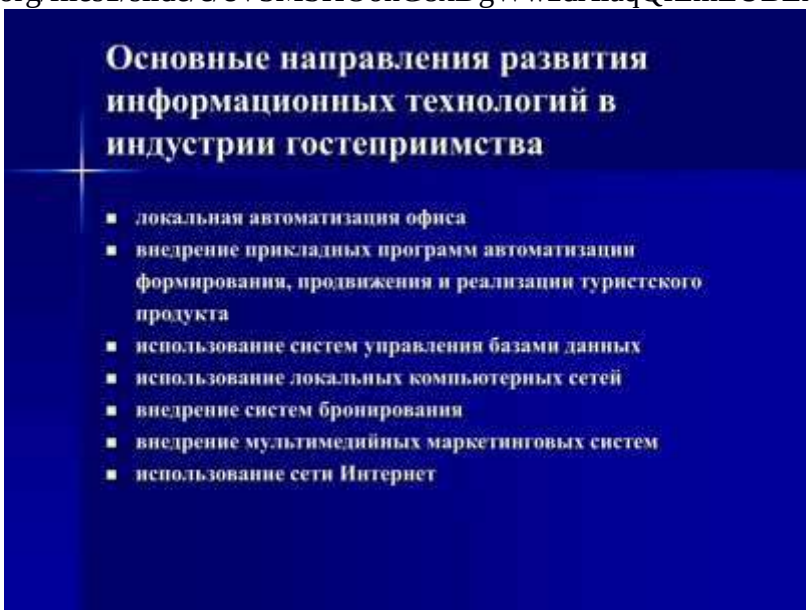
Источник: https://prezentacii.org/upload/cloud/19/05/147699/images/screen19.jpg

Источник:https://image3.slideserve.com/5744360/slide6-l.jpg

Тема 2.2. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом

Источник: https://cf.ppt-online.org/files/slide/p/pnu6xmDGtz4jQiUKg9TICH3re7WShNPBdbAk25/slide-2.jpg

Источник: https://cf.ppt-online.org/files1/slide/c/cV3MSHOonG8xDgWwzdXlaqQfZmLUBEkrF1u0bt7pNs/slide-9.jpg



Источник: https://image3.slideserve.com/5531909/slide2-l.jpg

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание,

которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить

развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;

- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе

2. РАЗДЕЛ 1. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Тема 1.1. Понятие об автоматизированных системах управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие об информационных технологиях.	Информационная лекция
2	Классификация информационных технологий.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Влияние информационных технологий на развитие сферы гостеприимства и общественного питания.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Информационная технология (информационные технологии) - совокупность методов, производственных и программно-технологических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации. Информационные технологии предназначены для снижения трудоемкости процессов использования информационных ресурсов.

Основные черты современных ИТ:

• компьютерная обработка информации по заданным алгоритмам;

• хранение больших объёмов информации на машинных носителях;

• передача информации на значительные расстояния в кратчайшие сроки.

Классификация информационных технологий.

Основная классификация информационных технологий, это классификация, по технологии обработки:

• Технологии обработки текстовой информации (текстовые редакторы, текстовые процессоры).

• Технологии обработки числовой информации (табличные процессоры).

• Технологии обработки графической информации (Графические редакторы, программы обработки векторной графики).

• Технологии создания и обработки базы данных (системы управления базами данных).

Все базовые информационные технологии делятся на три группы:

• Информационные системы.

• Офисные технологии.

• Телекоммуникации.

Источник:

https://moodle.kstu.ru/pluginfile.php/301635/mod_resource/content/2/Лекция%20№1.pdf

Развитие сотовой связи и интернет-среды, появление ПК, мобильных и даже нательных гаджетов и возможность использования их в коммерческой деятельности начинают диктовать рынку новые правила. Как сказал Михаил Умаров, управляющий партнер агентства интегрированных коммуникаций Communica и руководитель рабочей группы АКОС по Digital Communications: "Digital - больше не тенденция, это данность во всех своих проявлениях".

Современный туризм и гостеприимство - это сферы максимально насыщенные информацией. Существует не так много других отраслей, в которых получение, сбор, обработка информации играют такую же большую роль в ежедневном функционировании как в туризме. Туристический бизнес на рынке почти полностью зависит от мультимедийного контента, описаний, каналов и инструментов коммуникаций и передачи информации. Дрягалов В.С., Топчиев М.С. Влияние информационного общества на развитие туризма. По словам профессора и социалога Дусенко С.В., туристическая индустрия производит не просто один из продуктов сферы обслуживания, а "особый тип социальной реальности, глубоко интегрированной с виртуальной".

В сфере туризма и гостиничного бизнеса широко внедряются информационные технологии (ИТ), чтобы сократить расходы и издержки, повысить эффективность работы, и самое главное, чтобы улучшить качество услуг и обслуживания клиентов. И российские исследователи, в первую очередь, под применением информационных технологий подразумевается продвижение рынка туристических услуг в интернете. Дрягалов В.С., Топчиев М.С. Влияние информационного общества на развитие туризма. Изначально, туристические организации стали предлагать своим клиентам приобретение туров через компьютерные системы бронирования, потому что они предоставляли возможность автоматической брони билетов и гостиниц по всему миру. На данный момент большая часть мировых туристических агентств работают с подобными компьютерными системами бронирования, которые предоставляют не только услуги по авиаперелетам, но также актуальную информацию о ночевках в гостиницах, аренде автомобилей, круизных поездках, о месте пребывания, курсах валют, сообщения о погодных условиях, автобусном и ж/д сообщениях. Можно сказать, что они стали составлять

всеобщую информационную экосистему, предлагающую распределительные сети для всей туристической торговли. Крупнейшими внутренними компьютерными системами бронирования и резервирования на международном рынке туризма являются такие системы, как "AMADEUS", "Worldsplan", "Galileo" и "Sabre". Все 4 упомянутые системы относятся к, так называемым, глобальным дистрибьюторским системам (GDS) или глобальным системам бронирования и используются более чем 800 тысячами турагентств по всему миру.
В противовес GDS в начале 90-х годов появились системы IDS или ADS - интернет системы бронирования или альтернативные дистрибьюторские системы. Данные системы позволяют обычным пользователям и частным лицам самим забронировать тур, гостиницу, транспорт онлайн в режиме реального времени. Их отличает удобный и понятный интерфейс, зачастую использование алгоритмов принятия решений и внедрение инструментов диджитал-коммуникации. Примеры таких ADS - сайты Booking.com, Ostrovok.ru, Hotels.com и многие другие.

Централизованная Система Продаж (CRS) позволяет хранить всю информацию о наличии свободных номеров в отеле, ценах на них в одном месте - в так называемом цифровом "личном кабинете" гостиницы. Именно отсюда отель может управлять продажами через все каналы, используя простую единую точку доступа.
Учет и ведение хозяйственной деятельности ресторана сегодня в большинстве случаев доверено электронным POS-системам автоматизации и управления. Они позволяют менеджменту автоматизировано управлять основными функциями заведения. Самой популярной системой в данной отрасли является R-Keeper, ей пользуются около 80% ресторанов и кафе России
В настоящее время все большее число экспертов отрасли склоняются к необходимости внедрения персонализированного подхода к коммуникации с гостями и пользователями, который способны обеспечить CRM - (CustomerRelationManagement) - системы. Такие системы способствуют получению максимальной персональной информации о клиенте в момент прямой коммуникации с ним. Собираемая и обрабатываемая информация о клиенте (например, история его поездок, средний бюджет, пожелания и потребности), используется для того, чтобы наиболее точно адресовать ему сообщение и предложение, направленное на формирование у него лояльности. Лидерами на рынке CRM-систем являются компании Oracle, Siebel, Salesforce.
По словам Е.В. Сорокиной и В.В. Романова, для эффективного продвижения услуг в условиях конкуренции потребительского общества необходима новая стратегия. В данной стратегии главным элементом является ориентация на клиентов и необходимость построить свою деятельность исходя из их нужд, желаний и потребностей, обращаться к каждому посетителю напрямую и индивидуально. В данной работе мною используются данные, полученные в результате работы над курсовой работой "Эффективное использование средств digital-коммуникации в ресторанном бизнесе (на примере сети "Maison Dellos")", выполненной под руководством Даниловой Е.Е., защищенной в 2015 году на 3 курсе. На Всемирном экономическом форуме (WEF) в швейцарском Давосе компания InterContinental Hotels Group (IHG) представила свое исследование тенденций рынка в 2016 году "Трансформация программ лояльности в эпоху растущей персонализации". Авторы исследования рекомендуют брендам выстроить взаимоотношения с клиентами таким образом, чтобы сформировать "сообщество участников программы лояльности". Именно они становятся важнейшим активом для любого бренда в текущих условиях стремительного изменения потребительских предпочтений.
Индустрия туризма является одним из ярких примеров внедрения, развития и активного использования электронной коммерции в мире. Путешественники с разными пожеланиями и уровнем дохода получают возможность выбирать, бронировать и оплачивать билеты, номера в отелях в любых городах мира с помощью мобильных устройств и широкого выбора электронных средств и возможностей оплаты.

В России также повышается уровень использования интернет-технологий и онлайн-сервисов, в целом, основными игроками рынка туризма. Здесь можно выделить два основных направления:

внедрение современных информационных систем поставщиками услуг и развитие каналов дистрибуции. В области дистрибуции туристических услуг в Интернете по агентской схеме стали популярны такие проекты, как AviaSales, OneTwoTrip, Anywayanyday. Из поставщиков туристских услуг наиболее заметны РЖД и Федеральная пассажирская компания, внедрившие и развивающие технологию "электронный ж/д билет" и увеличившие долю продаваемых электронных билетов в 2012 году в два раза (с 7% до 15%).

Источник:https://revolution.allbest.ru/sport/00711503_0.html

Вопросы к обсуждению:

1.Информационные технологии. Классификация
2.Крупнейшие внутренние компьютерные системы бронирования и резервирования.
3.Система IDS. Система ADS

1. Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе

2. РАЗДЕЛ 1. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Тема 1.2. Системы бронирования и резервирования

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Характеристики компьютерных систем бронирования и резервирования.	Информационная лекция
2	Система бронирования Amadeus.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия

3	Система бронирования Worldspan	Проблемная лекция
4	Российские компьютерные системы бронирования. Выбор системы бронирования.	Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Внедрение систем бронирования позволило существенно сократить время обслуживания клиентов и обеспечить резервирование в режиме on-line, снизить себестоимость предлагаемых услуг, в частности, за счет сокращения числа сотрудников, осуществляющих бронирование, увеличить количество и разнообразить предлагаемые услуги.

Расширение сферы деятельности и развитие новых информационных технологий приводит также к снижению стоимости электронных услуг и созданию глобальных распределительных систем – **GDS** (Global Distribution System). Эти системы позволяют оперировать информацией сотен авиакомпаний, тысяч гостиниц и фирм, задействованных в системе сервиса. Практически все западные турагентства пользуются услугами GDS. На настоящий момент к глобальным относят четыре системы бронирования: Amadeus, Galileo, Sabre и Worldspan.

Компьютерные системы бронирования GDS

Система резервирования	Поддерживающие авиакомпании
Amadeus	Lufthansa, Iberia, Air France, SAS
Galileo	United Airlines, British Airlines, KLM, Austrian
Sabre	American Airlines
Worldspan	Delta Airlines, TWA

В настоящее время в систему Amadeus включены две системы: System One (Continantal Airlines) и Start. К системам, совместимым с Galileo, относятся: Traviswiss, Travicom, TraviAustria.Практически все западные турагентства пользуются услугами GDS, так как это является одним из условий успеха в туристском бизнесе.В 2006 г. в системах Galileo и Worldspan произведено более 379 млн. бронирований в 145 странах мира, каждую секунду обрабатывалось 15 тыс. транзакций.

До недавнего времени в России в основном использовались отечественная система бронирования билетов «Сирена» и ее модификации, а также системы Gabriel и Gets, но к настоящему времени они уже морально устарели.

На смену им приходят современные системы бронирования (GDS). В 1994 г. в России открылись первые представительства компаний Amadeus и Worldspan, в 1999 – Galileo. В настоящее время пользователями Amadeus является более 800 российских турфирм.

CRS созданы для удовлетворения потребностей турфирм и определяет свои первоочередные цели следующим образом:

- предлагать поставщикам (провайдерам) туристических услуг (авиаперевозки, прокат автомобилей, отели, туроператоры, железная дорога и др.) надежную и эффективную общемировую сеть сбыта, предоставляющую им доступ к наибольшей в мире базе клиентуры, принадлежащей турагентствам и коммерческим бюро авиакомпаний;

- предлагать абонентам (турагентствам) мощный инструмент управления и маркетинга, позволяющий им быть конкурентоспособными и прибыльными, иметь доступ, как к местным, так и международным провайдерам, обеспечивать управление деятельностью и вести финансовый учет работы фирмы;

- обеспечивать глобальное обслуживание посредством технических связей и союзов с другими системами. В настоящее время существует множество компьютерных программ, позволяющих распространять туруслуги с использованием **CRS**. **CRS** поставляют турагентствам специальные пакеты, включающие эти программы и специальное оборудование для осуществления деятельности. Разумеется все операции по резервированию производятся турагентствами посредством связи с определёнными структурами, занятыми в этой сфере. Набор оборудования и средств связи зависит от выбранного турагентством типа подключения к системе:

- подключение по выделенному каналу связи (прямой провод или некоммутируемый канал связи) – прямое подключение;

- подключение с набором телефонного номера (коммутируемый канал связи) - телефонное подключение;

- подключение через сеть Интернет.

Функции агентства при самостоятельном бронировании клиентами через Интернет заключаются в проверке корректности выполненных броней, оптимизации выбранных маршрутов, выписке и доставке авиабилетов.

CRS создаёт свои собственные компьютерные программы, которые выполняют следующие функции:

1. Позволяют проводить поиск оптимальных ценовых вариантов туруслуги;

2. Позволяют работать по различным тарифам, в том числе, по конфиденциальным;

3. Позволяют турагенству автоматически распечатывать на матричном принтере билеты, предназначенные для ручной выписки, используя данные о бронировании;

4. Позволяют турагентствам использовать программу автоматического составления отчетов;

5. Позволяют вести различные виды статистики;

6. Предоставляют доступ к обширной справочной системе оперативной информации;

7. Позволяют контролировать все операции по взаиморасчетам с клиентами и поставщиками.

8. Позволяют создавать на сайте турагентства систему бронирования туруслуг для корпоративных и частных клиентов. Таким образом, посетитель сайта получает возможность самостоятельного выбора авиарейсов и отелей и их последующего бронирования.

Гостиницы в CRS.

Согласно используемой в **CRS** терминологии компания - поставщик туруслуг именуется «провайдером».

Представление гостиницы в любой **CRS** обязательно должно включать в себя следующие позиции: общее описание, описание номерного фонда, описание тарифов, цены, информацию о наличии мест.

Общее описание определяет возможности гостиницы как объекта размещения и содержит адрес, месторасположение, год постройки и год последней реконструкции здания, данные об инфраструктуре, и т.п. Сюда же относятся сведения о близлежащих достопримечательностях.

В описании номерного фонда указываются типы и классы номеров, приводится их подробное описание и вместимость. Под вместимостью понимается количество обслуживаемых лиц, которое может быть размещено в номере на штатных и дополнительных кроватях.

Именно на основании характеристик вместимости определяется возможность размещения нескольких человек в одном гостиничном номере.

Тарифом называется набор правил приобретения гостиничных услуг, отказа от них и возникающие в связи с этим требования и ограничения.

Пример типичного описания: «Тариф включает континентальный завтрак, пользование фитнесс-центром и ежедневную доставку утренних газет в номер. Ограничений на дни заезда/выезда нет».

Предварительное бронирование возможно при наличии номера кредитной карты в качестве гарантии. При отказе от ранее сделанного бронирования менее чем за двое суток до заезда или при незаезде клиента взимается штраф в размере стоимости проживания за первые сутки.

Практика продаж через **CRS** показывает, что наилучших результатов можно добиться при свободной продаже или ограниченной свободной продаже номеров. Это применимо для любых гостиниц, за исключением, быть может, небольших частных отелей, имеющих по 10-15 номеров. Исключения также составляют номера определенного типа (президентские апартаменты и др.).

При совершении бронирования турагент всегда видит, в какой стратегии представлены места в гостинице и какой тип доступа предоставляет ее провайдер. Предпочтение всегда отдается тем гостиницам, которые подключены по типу «А» и продаются свободным (ограниченно свободным) образом.

Провайдерами гостиничных услуг в **GDS** обычно выступают штаб-квартиры крупных гостиничных цепей (Radisson, Marriott, Inter-Continental и др.), а также фирмы, специализирующиеся на подобного рода деятельности. Отдельные гостиницы не занимаются представлением себя

в **GDS** самостоятельно в силу высокой стоимости необходимого технического оснащения. Таким образом, существует два пути представить свою гостиницу в **GDS** - вступление в гостиничную цепочку (со всеми вытекающими отсюда последствиями, связанными с изменениями в принципах управления или даже форме собственности) или заключение контракта со специализированной компанией-провайдером.

Источник: https://studfile.net/preview/4113290/

AMADEUS

Система бронирования «AMADEUS» была основана в 1987 г. тремя крупными европейскими авиакомпаниями «Air France», «Iberia» и «Lufthansa», а также 25 более мелкими авиакомпаниями.

Основана в 1987 году. Штаб-квартира компании находится в Мадриде(Испания). Главный процессинговый центр — вЭрдинге(Германия), является одним из крупнейших в мире центров баз данных гражданского назначения, специализирующихся на туризме. Ежедневно в Центре осуществляется более 480 миллионов транзакций и обрабатывается более 3 миллионов бронирований.

Будучи в начале своего развития преимущественно европейской системой бронирования, несколько лет назад «AMADEUS» совершила своеобразный прорыв на аме-риканский рынок, приобретя компьютерную систему бронирования «System One».

Помимо Европы «AMADEUS» занимает лидирующее положение в Южной Америке и в настоящее время пытается завоевать позиции в Юго-Восточной Азии.

Система «AMADEUS» присутствует на российском рынке с 1994 г. и имеет свои представительства в ряде крупных городов России. В России к системе подключено более 2000 терминалов, установленных в офисах 800 турфирм в Москве, Санкт-Петербурге и в 70 региональных центрах. По итогам 2003 г. объем бронирований через «AMADEUS» увеличился в России на 10% (1,371 млрд. сегментов против-1,244 млрд. в 2002 г.).

При этом бронирование авиасегментов выросло на 5%, автомобильных — на 15%, а гостиничных — на 150%. В настоящее время тенденция сохраняется.

В системе «AMADEUS» представлены ресурсы провайдеров «АВИА», «ОТЕЛИ», «АВТОМОБИЛИ», «СТРАХОВАНИЕ».

Компьютерная система обеспечивает доступ к бронированию авиабилетов, гостиниц,круизныхтуров, прокату автомобилей для более чем 104 тыс.туристических агентств. Системой также пользуются свыше 36 тыс. представительств различныхавиакомпанийдля бронирования и продажи билетов, а также 134 авиакомпании — для хранения и управления ресурсами (расписанием, рейсами, тарифами). В системе содержится информация о 95 % мест на регулярных рейсах авиакомпаний всего мира.

Система обеспечивает доступ к информации о рейсах и наличии билетов 784 авиакомпаний, к бронированию авиабилетов 488 авиакомпаний, бронированию номеров в 85 715 гостиницах, прокату автомобилей 26 компаний и бронированию круизов 20 компаний во всём мире.

95 лидирующих авиакомпаний мира применяют технологии Amadeus для продажи билетов онлайн на 250 веб-сайтах в более чем 110 странах. В среднем в месяц число уникальных посетителей на этих ресурсах превышает 110 млн.

GALILEO

Создана в 1987 г. авиакомпаниями British Airways, Swissair, KLM, Covia, позднее Alitalia и Austrian Airlines. В 1993 г. объединилась с Apollo, получила название Galileo International. С декабря 1999 г. открыла официальное представительство в России.

В компании 3 тыс. служащих, центр в Денвере (Колорадо, США), 50% компании принадлежит США, 50% - Европе (150 тыс. терминалов). В настоящее время в системе Galileo работают более 100 агентств, в то числе «Интурист», «Интураэро», «Интуртранс», «Трансглоб», «Олби-Турс» и др.

Два варианта подключения: стационарный и через Интернет.

Интернет-подключение – с помощью системы Focalpoint Net, которая является полным аналогом стационарной системы и работает как в однопользовательском, так и в многопользовательском режимах.

Другие возможности: создание системы бронирования на агентском сайте с помощью Интернет-приложения Travelpoint.com; программа автоматизации деятельности туристских агентств Galileo Office, разработанная специально для российского рынка, содержит различные базы данных, производит разнообразные отчеты, печать билетов и т.д.

С 1999 г. компания «GALILEO» открыла собственное представительство в России. Пользователями данной системы является более 200 российских турфирм, 80% из них — московские агентства: «Континент Экспресс», «Ланта Тур Вояж», «ДеВизу» и др.

В настоящее время система имеет наиболее прочные позиции в Великобритании, Италии, странах Бенилюкса, Швейцарии и Португалии. В целом доля этой системы на рынке Европы составляет 29,8%. В странах Ближнего Востока и Африки «GALILEO» является основной системой бронирования (табл. 2.1).

Таблица 2.1. Характеристики глобальной компьютерной системы бронирования «GALILEO» Наименование единицы	**Число единиц**
Страны, в которых данная система представлена	116
Точки продаж	44 000
Авиакомпании, к ресурсам которых есть доступ	470
Авиакомпании в режиме прямого доступа	270
Компании по прокату автомобилей	24
Компании по прокату автомобилей с полным доступом	21
Точки аренды автомобилей	22 000
Поставщики гостиничных услуг	238

Поставщики гостиничных услуг с полным доступом	226
Гостиницы	56 000
Туроператоры	430
Круизные компании	10

Источник:https://studfile.net/preview/4113290/page:2/

Российские компьютерные системы бронирования

Система бронирования «Сирена». Системный комплекс «Алеан». Единая компьютерная система бронирования турпакетов «МегаТИС». Система заказа туров ВАО «Интурист». Система бронирования фирмы «Натали-Турс». Система бронирования «Академсервис». Система бронирования фирмы «Европа-2000».

В России существует ряд отечественных систем бронирования, которые используются в туристском бизнесе. Широко распространенная система «Сирена» предназначена для резервирования авиабилетов, и в настоящее время имеется около 6 тыс. ее терминалов по всей стране. Система «Ключ» предназначена для заказа мест в российских гостиницах.

В настоящее время Главное агентство воздушных сообщений (ГАВС) разрабатывает компьютерную систему бронирования туруслуг, названную Глобальной распределительной системой (ГРС), которая обеспечит возможность авиакассам и турагентствам бронировать как рейсы всех российских авиакомпаний, так турпакеты и отдельные сегменты туров – отели, трансферы, экскурсии, создаваемая система будет базироваться на отечественной системе бронирования авиабилетов «Сирена-2000» и позволит объединить ресурсы авиаперевозчиков в единую сеть

Система бронирования «Сирена».Первая отечественная автоматизированная система резервирования авиационных билетов «Сирена» разработана учеными АН СССР и специалистами Минприбора в 1972 г. Она обеспечивала минимизацию времени заказов и оформления авиабилетов, что позволило существенно улучшить качество обслуживания клиентов. В 1999 г. появилась система бронирования авиабилетов «Сирена-3». Накопитель «Сирены-3» рассчитан на терабайт (1000 Гб) информации, что выше объема накопителей большинства зарубежных систем бронирования. Скорость передачи информации составляет 3 с (независимо от удаленности абонента). Аппаратное обеспечение системы поставила фирма IBM, и в техническом отношении система бронирования «Сирена-3» вполне соответствует уровню современных европейских вычислительных комплексов.

Системный комплекс «Алеан».Программный комплекс «Алеан» представляет собой компьютерную систему бронирования и продаж туров в режиме реального времени. Он состоит из информационно-поисковой системы (ИПС) и системы бронирования и продаж (СБП) туристских услуг. Комплекс предлагает долговременную информацию о наличии реального числа мест на объектах размещения, об условиях бронирования и оплаты, позволяет подтвердить заказ и оформить куплю-продажу различных туристских услуг.

В системе «Алеан» предоставлена информация как непосредственно о домах отдыха и санаториях, так и о крупных туроператорах. База данных системы содержит описание и фотографии более 600 объектов, размещенных в Москве, Подмосковье, Краснодарском крае, Крыму, Кавказских Минеральных Водах, Чехии и др. Система позволяет просматривать цены реализации по объектам размещения и обеспечивает выход на сервер продающей услуги

компании. Места в системе резервируются либо с гарантированной квотой, либо по запросу. Первые можно забронировать без подтверждения и сразу получить заявку, счет и ваучер. Вторые требуют подтверждения и сначала ставятся на лист ожидания, а после уточнения наличия свободных мест система подтверждает или аннулирует бронь, информируя об этом клиента обычно по электронной почте.

В системе «Алеан» предусмотрена система поиска подходящих объектов размещения по различным критериям, а именно: желаемый период времени заезда, регион, тип номера, диапазон цен и т.п. При этом система критериев ранжируется по их важности с точки зрения клиента: обязательное условие, достаточно важное, Плательное, не очень важное, неважное и т.д. Первоначально поиск осуществляется по всем критериям одновременно. Если же соответствующий вариант размещения система не находит, то начинает отбрасывать менее важные критерии и осуществляет повторный поиск. Такой алгоритм позволяет максимально удовлетворить пожелания клиента.

Система позволяет приобрести как турпакеты, так и отдельные туруслуги, на основе которых формируют индивидуальные туры с учетом потребностей клиента. Комплекс имеет удобный дружественный интерфейс, информация системы доступна для любого пользователя и не требует установки специального программного обеспечения. В нем предусмотрены регистрация и вход в систему через пароль. Комплекс «Алеан» использует более 1300 агентств в различных городах России.
Источник: https://studfile.net/preview/1727813/page:8/
Вопросы к обсуждению:

1. Понятие GDS
2. Наиболее известные системы резервирования
3. Цели CRS

4. Россииские компьютерные системы оронирования

1. Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе

2. РАЗДЕЛ 2. Автоматизированные системы управления гостиничным комплексом

Тема 2.1. Информационные системы менеджмента

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Классификация информационных систем менеджмента.	Информационная лекция
2	Программные продукты фирмы «Арим-Софт». Программа «Само-Тур».	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Программные продукты фирмы «Интур-Софт». Программы Voyage Office и «Аист-2.5»	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Любые управленческие информационные процессы включают в себя процедуры регистрации, сбора, передачи, хранения, обработки, выдачи информации и принятия управленческих решений. Информационные технологии представляют собой те средства и методы, с помощью которых реализуются эти процедуры в различных информационных системах.

Информационные системы-набор различных компьютерных средств,представляющих единую среду. (процессоры, сети, программное обеспечение) (Майкрософт) *Информационные технологии*- это как мы всё это делаем;.методы,средства,последовательность действий.

Менеджмент - это совокупность методов управления предприятием (разработка, создание,организация, максимально эффективное использование (управление) и контроль)

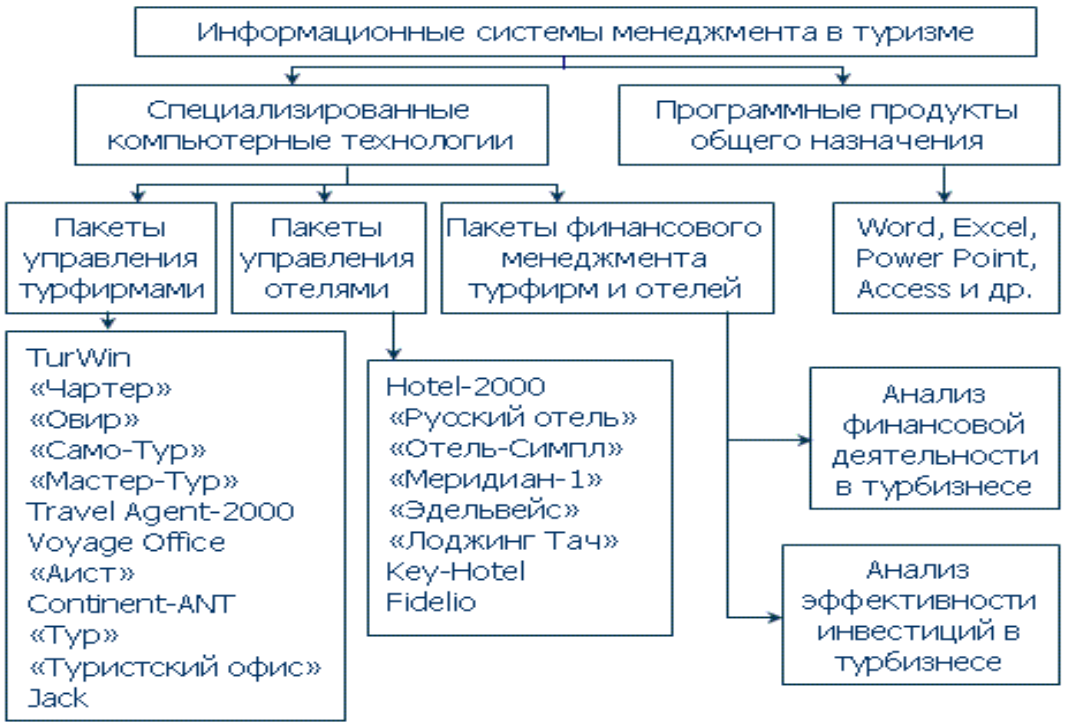
Информационный менеджмент - технология, компонентами которой являются документная информация, персонал, технические и программные средства обеспечения информационных процессов, а также нормативно установленные процедуры формирования и использования информационных ресурсов.

Классификация информационных технологий.

- Глобальные системы бронирования
- Информационные системы менеджмента
- Интернет
- Системы мультимедиа(создание рекламного продукта)
- Цифровые телефонные сети
- Спутниковые принтеры
- Спутниковые коммуникации
- Электронная коммерция(продажа продукта при помощи компьютерных технологий)

- Smart Cards

На примере туризма: в настоящее время на предприятиях сервиса и туризма на 100% используются специализированные компьютерные технологии.



Источник:https://studfile.net/preview/4546797

Программные продукты фирмы «Арим-Софт»

Программа TurWin («Турагент»). Программа, разработанная компанией «Арим-Софт», появилась в 1995 г. Эта программа предназначена для фирм, занимающихся выездным

туризмом. Основными логическими элементами программы являются понятия «тур», «заезд», «заказ», «клиент». В программе предусмотрены основные функциональные блоки по формированию и ведению справочников, пакетированию и бронированию туров.

В программе обеспечивается ведение различных справочников, в том числе по странам, отелям, партнерам, рейсам, услугам, визам и т.д. Определенный тур связывается с базовыми услугами из справочника и датами заезда. Каждый заезд соотносится с заказами, объединяющими клиентов по критерию совместной оплаты. Набор услуг может быть сформирован исходя из базового набора, определенного при формировании тура, либо на основании шаблонов. Последние создаются для каждого тура и включают в себя стоимость размещения в отеле, стоимость авиабилетов, страховки, визы и дополнительные услуги. Использование шаблонов значительно облегчает задачу оформления заказа, так как если все клиенты (или часть из них) отправляются в один и тот же отель определенным рейсом, то нет необходимости доводить до сведения каждого клиента перечень услуг из базиса тура. Предусмотрена возможность создания сложных групповых и индивидуальных туров, в том числе и по нескольким странам.

В карточке заказа определяется его суммарная стоимость и ведется статистика по поэтапной оплате заказа. В зависимости от внесенной суммы каждому заказу присваивается статус «оплачен», «неоплачен», «аннулирован». При этом можно проанализировать потоки движения денег, так как каждая услуга, привязываемая к клиенту, имеет четкое стоимостное значение и ссылку на партнера-получателя денег.

После ввода информации о клиенте все его данные автоматически отражаются во всех списках (на бронирование, оформление страховки, визы и т.д.).

Программа позволяет контролировать заполняемость отелей и рейсов с учетом квот мест. На основании данных программы формируются финансовые отчеты и статистические отчеты по загрузке отелей и рейсов. Также можно оценить эффективность рекламной деятельности и другие параметры работы туристской фирмы.

Богатство стандартизированных элементов управления делает работу с программой интуитивно понимаемой и легкой в освоении. Здесь предусмотрена возможность вставки в документы графических объектов, просмотра отчетов на экране монитора, а только потом отправки его на факс-модем.

Поскольку программа реализована в среде Microsoft Access, ее архитектура открыта, и пользователи имеют возможность самостоятельно дорабатывать интерфейс, меню, экранные формы, генерировать новые формы отчетов. Кроме того, обеспечивается полная совместимость с программами Microsoft Office.

Программа TurWin автоматически предусматривает однопользовательский или сетевой режим работы в зависимости от того, в каком режиме доступа открываются файлы данных и где они физически находятся (на жестком диске компьютера или на диске сервера сети).

Пользователями программы являются около 100 фирм, в том числе «Креста Туре», «Олимпия», «Лориен-Вояж», «Асент-Трэвел», «Респект» и др.

Технические характеристики программы TurWin

- IBM-совместимый компьютер (386 и выше), 6 Мб оперативной памяти (желательно 8 Мб), 12 Мб свободного места на жестком диске, операционная система MS DOS 3.30 или выше, Windows 3.1 (или Windows for Workgroup 3.11, или Windows 95, или NT).
- Система функционирует под управлением СУБД MS Access (русифицированная версия).
- Возможность настройки на сетевую или однопользовательскую работу.

- Поддержка сетевого программного обеспечения, совместимого с Windows Ри использовании программы в сетевом варианте). Возможность оперативной разработки и дальнейшего сохранения отчетов.

Программа Овир. Программа предназначена для автоматизации оформления анкет и загранпаспортов и позволяет до минимума сократить время обслуживания клиента. Предусмотрена печать ряда документов, в том числе: «Учетной карточки» (с учетом детей) «Требований» (с учетом всех измененных фамилий), «Телеграфного сообщения», «Заявления», квитанции в сберкассу на оплату госпошлины и за бланк, ярлык на конверт. Таким образам, клиент получает на руки конверт со всеми необходимыми документами и полностью избавляется от необходимости что-либо заполнять вручную. Удобство программы состоит еще и в том, что можно быстро редактировать и печатать исправленные документы, так как все данные хранятся в компьютере. Периодически осуществляется архивация данных по тем клиентам, которые оформлены больше месяца назад. Программа ведет финансовый учет и печатает необходимые финансовые отчеты за определенный период.

Программа «Чартер». Программа обеспечивает контроль за заполняемостьюавиарейсов пассажирами и грузом и позволяет оценить число свободных мест. Ведение клиентской базы предусматривает хранение не только анкетных данных, но и вводится информация о том, сколько груза хочет с собой провезти пассажир. При этом груз делится на бесплатный (величина бесплатного груза устанавливается при определении нового рейса) и дополнительный (стоимость провоза 1 кг дополнительного груза устанавливается при определении нового рейса).

При вводе информации о новом клиенте указывается выбранный им рейс, если есть свободные места, и программа сразу добавляет в «общий вес» минимальную бесплатную массу груза. Если мест на указанный рейс нет, то клиент ставится в очередь именно на этот рейс. Предоставление места возможно только при отказе от полета какого-либо клиента. При обнаружении переполнения рейса бесплатным грузом выдается предупреждающее сообщение, но не запрещается вводить дополнительный груз. Это объясняется тем, что часто из разрешенных бесплатных 40 кг многие пассажиры могут провезти 20 или 30 кг. Однако если суммарная масса дополнительного груза превышает лимит, то программа запрещает дальнейший ввод груза. Таким образом, достоинство программы заключается в том, что она строго контролирует заполняемость рейсов и не допускает перепродаж мест или груза. Предусмотрены создание архива устаревших данных и возможность поиска по ним требуемой информации. Программа позволяет поддерживать однопользовательский или сетевой режим.

Источник:https://studfile.net/preview/1727813/page:15/

Программа «Само-Тур»

Само-Тур – это программный комплекс для автоматизации работы турфирмы, разработанный фирмой «Само-Софт». Фирма создана в 1991 г. и занимается разработкой программного обеспечения, установкой локальных вычислительных сетей, проводит работы по системной интеграции (офис «под ключ»), подключение абонентов к сети Интернет, изготовление и размещение Web-страниц, поставку вычислительной техники и оборудования.

Программный комплекс «Само-Тур» обеспечивает информационную поддержку всех основных функций, предусмотренных технологией работы в туроператорской фирме. В системе существует более 20 различных справочных баз данных, в том числе справочников по направлениям (география), клиентам, отелям, рейсам, услугам, партнерам, посольствам, перевозчикам, ценам и т.д. Формирование справочников является наиболее трудоемкой предварительной работой. В связи с тем, что турфирмы часто для расчетов стоимости туров

используют электронные таблицы, в которых заранее вводятся цены по различным составляющим тура, в системе реализована возможность импорта необходимой информации по ценам из таблиц Excel. Также в справочниках предусмотрена возможность хранения любых документов приложения, поддерживающих протокол OLE 2.0, например, документов Word, Excel, картинок формата .bmp, .gif и др.Это обеспечивает возможность хранения иллюстраций и дополнительных описаний отелей, туров и т. п. В системе возможен поиск и отбор данных по условиям, включая непосредственное формирование SQL-запросов. Предусмотрено формирование турпакета, включающего описание маршрута, набора предоставляемых услуг, графика заездов, оформление блоков номеров в отелях и на транспорте. Удобной функцией является формирование прайс-листа в формате Excel, в котором указываются различные варианты стоимости туров в зависимости от выбранных составляющих тура. Программный комплекс «Само-Тур» обеспечивает ведение календаря бронирований с указанием сроков, цен, квот номеров в отелях и мест на транспорте, а также эффективную загрузку рейсов в соответствии с задаваемыми пользователем критериями. Система обеспечивает постоянный мониторинг блоков бронируемых услуг по гостиницам и рейсам в течение всего сезона, за счет этого не допускается перебронирование. Она позволяет оформлять заявки клиентов и контролировать их оплату. Для оформления заявки клиента необходимо:

- выбрать стандартный или сформировать индивидуальный маршрут;
- определить дату поездки;
- знать анкетные данные туристов (ФИО, паспортные данные, дата рождения; ввод дополнительных сведений для формирования анкет в посольство);
- определить покупателя (туристское агентство или физическое лицо);
- осуществить бронирование услуг тура (отели, рейсы, визы страховки, трансферы, экскурсии и др.) и указание цены каждой услуги;
- оформить скидки, комиссии и доплаты и сформировать суммарную стоимость тура.

Контроль оплаты туров осуществляется ежедневно по каждой заявке, партнеру и в целом по туру (заезду). Кроме того, программа дает возможность изменения статуса заявки, в том числе ее отмены и наложения штрафных санкций, восстановления отмененной заявки.

В системе реализована многовалютность при формировании цены тура и при оплате; предусмотрены формирование комиссий и скидок для партнера, тура, сезона, социального статуса туриста, а также выдача более 100 стандартных отчетов, в том числе списков групп туристов, ваучеров, турпутевок, страховых полисов, анкет в посольства и т.п.; имеется возможность создания отчетов произвольной формы с помощью режима настройки печатных форм; проведения статистического анализа и оценки эффективности рекламной деятельности турфирмы, а также хранения индивидуальных настроек для каждого пользователя (профилей).

Программный комплекс может работать в сетевом режиме, причем каждому пользователю могут быть назначены специальные права доступа к данным и функциональным режимам. Администратор может ограничить для пользователя отдельные прикладные возможности или назначить ему специальные права для пунктов меню и элементов форм. Кроме того, возможно ведение протокола, в котором отмечаются все действия с указанием даты и времени операции, а также фиксируются измененные и удаленные данные; реализована возможность обмена почтовыми сообщениями между операторами в сети.

Система имеет дружественный двуязычный интерфейс (русский/английский). Все основные действия в программе реализованы при помощи «Мастеров» – специальных программ, которые при выполнении конкретных операций ведут пользователя в пошаговом режиме от начала до конечного результата.

В системе реализован модуль удаленного бронирования заявок через Интернет, который предусматривает возможность бронирования заявки на Web-странице, формирование отчета о забронированных заявках для агента, анализ и проведение полученных заявок в системе. Использование агентами ресурсов туроператора через глобальную сеть Интернет (удаленное оформление заявки) позволяет ускорить процесс взаимодействия турагент – туроператор.

В системе существует возможность организации единого информационного пространства туроператора и принимающей стороны, которая обеспечивает выполнение следующих функций:

- прием и оформление заявок туроператоров с автоматическим подтверждением заявки;
- формирование счетов туроператорам для оплаты заявок, контроль счетов гостиниц;
- планирование и контроль трансферов;
- планирование и продажа экскурсий и т.д.

Программу «Само-Тур» используют следующие турфирмы: «Пак-Тур», «Пак-Трэвел», «Роза ветров», «Спектр-Тур», «Люкс-Тур», «Тройка», «Детур», «МосТрэвел», «Он Трэвел», «ГЕО Туризм», «Пеликан Райзен» и многие другие.

Источник:https://studfile.net/preview/1727813/page:16/

Программные продукты фирмы «Интур-Софт»

Система TravelAgent-2000. Программный продукт TravelAgent-2000, разработанный компанией «Интур-Софт», относится к программам типа front office и обеспечивает автоматизировании документооборот туристского офиса, отвечающий требованиям действующего законодательства, налоговых органов, современных туристских технологий.

Программа осуществляет следующие функции:

- формирование заказа на продажу турпродуктов с автоматическим оформлением листа бронирования в адрес поставщика туристских услуг;
- поиск турпродукта по заданному критерию в системе резервирования и подтверждение заказа в режиме реального времени;
- пересылку листов бронирования туроператорам средствами электронной почты;
- автоматическую распечатку всех видов документов;
- подготовку туристских путевок установленного образца ТУР-1;
- регистрацию оплаты туров различными видами платежа (наличный и безналичный расчет, кредитные карты);
- оформление всех видов возвратов и рекламаций;
- ведение журнала и ведомости реализации;
- ведение кассовой книги с оформлением инкассации;
- ведение системы реестров, предупреждающих об окончании сроков действия заказа, оплаты счетов и др.;
- формирование любых видов отчетности о продажах с возможностью выборки по турпродуктам, периодам времени продаж, видам плательщиков, туристам и др.

Программный комплекс включает следующие функциональные блоки:

- ведения справочной информации;
- производственный;
- бухгалтерский;
- аналитический.

Блок ведения справочников содержит каталоги турпродуктов, авиакомпаний, курса валют и др.

Обеспечена регистрация платежей по любой форме оплаты – по кредитной карте, наличными или безналичными платежами. Поддерживается ведение архива клиентов, что исключает ввод данных по клиенту при его повторном обращении в турагентство. Имеется ряд предупреждающих реестров, ежедневно информирующих оператора продаж об истечении срока действия заказа и сроков оплаты счетов по конкретному заказу.

Система построена таким образом, что исключается возможность нарушения технологии продаж, обеспечивается контроль за действиями оператора

- счет может быть выставлен только после формирования заказа;
- прием платежей осуществляется только после выставления счета;
- выдача турпродукта разрешена только после приема платежей и т.п.

Принципиальной особенностью системы является автоматическое отслеживание последовательности выполнения операций по обслуживанию каждого клиента. Система фактически ведет пользователя на всем пути формирования заказа до выдачи турпродукта, сводя к минимуму возможные ошибки и предоставляя менеджерам и руководителям фирмы действенный механизм контроля за работой персонала. В данной системе последовательно реализуется принцип автоматизации функций формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

В зависимости от особенностей организационной структуры конкретной туристской фирмы программа может по-разному распределять функции между персоналом. Это очень удобно, так как в небольших агентствах все операции могут выполнять один или два человека, в более крупных эти функции могут быть разграничены иным образом.

Система TravelAgent-2000 имеет связь с туроператорами, установившими у себя систему резервирования Мастер-Web (разработка компании «Мегатек»).

Система может функционировать в локальном и сетевом режимах, поддерживает парольную защиту, распределение прав доступа, архивирование и восстановление базы данных, настройку на любой тип принтеров, на любую цветовую гамму.

Пользователями системы «TravelAgent-2000» являются свыше 150 туркомпаний, в их числе «Натали-Туре», «Карлсон-Туризм», «Красные ворота», «Киприт», «8 скакунов» (Москва), «Юнион» (Саранск), «Альтурс» (Новосибирск), «Интур-Люкс» (Чебоксары) и др.

Система Travelnet-2000. Система разработана компанией «Интур-Софт» и предназначена для фирм, имеющих удаленные точки продаж, в том числе в других городах, для контроля и управления продажами туристских услуг в этих точках и по фирме в целом.

В программе реализованы следующие функции:

- ведение общей для всех точек продаж нормативно-справочной базы данных;
- сбор и хранение данных со всех точек продаж о заказах, счетах, платежах, продажах и др.;
- ведение сводного по фирме журнала реализации;
- обеспечение контроля за состоянием любого заказа независимо от точки его реализации;
- формирование различных видов аналитической отчетности по точкам продаж и по фирме в целом.

Система используется только в комплексе с системой автоматизации розничной продажи услуг TravelAgent-2000, устанавливаемой в точках продаж. Система может функционировать в локальном и сетевом варианте.

Система Touroperator-2000. Система, разработанная компанией «Интур-Софт», предназначена для туроператорских фирм, занимающихся выездным туризмом.

Программа осуществляет следующие функции:

- ведение базы данных поставщиков и предоставляемых ими услуг;
- ведение квоты мест для различных видов услуг;
- обеспечение автоматизированной технологии обработки заказа любого типа, начиная от его регистрации до формирования ваучера по полностью оплаченному заказу с автоматическим бронированием мест;
- обеспечение контроля за состоянием заказов клиентов;
- ведение базы данных по истории обслуживания каждого покупателя;
- формирование оперативных и аналитических отчетов по различным компонентам туроператорской деятельности.

Система может функционировать в базовом варианте или в комплексе с системой автоматизации розничной продажи услуг Travel Office-2000, устанавливаемой в точках продаж.

Система TravelPartner-2000. Система, которая разработана компанией «Шпур-Софт», предназначена для организации и анализа маркетинговой работы туристской фирмы с деловыми партнерами TravelPartner-2000.

В программе реализованы следующие функции:

- создания и ведения единой базы данных партнеров, описания их производственной деятельности и взаимоотношений с туристской фирмой;
- создания и ведения базы данных по рекламным кампаниям;
- формирования списков партнеров из единой базы для рассылки сообщений;
- организации и регистрации многократной рассылки сообщений по факсу или e-mail с регистрацией результатов отправки, а также пришедших ответов адресатов;
- анализа результатов рекламно-маркетинговой деятельности путем формирования различных реестров, отчетов и справок по тем или иным партнерам, сообщениям, произведенным отправкам, рекламным кампаниям.

Система функционирует как в локальном, так и в сетевом вариантах.

Кроме того, фирмой «Интур-Софт» созданы системы Hotel-2000, Restourant-2000, разрабатываются также компьютерные системы резервирования туристских услуг, интернет-технологии в туризме.

Источник:https://studfile.net/preview/1727813/page:18/

Вопросы к обсуждению:
1.Классификация информационных систем менеджмента
2.Программные продукты, разработанные фирмой «Арим-Софт»
3.Технические характеристики программы TurW in
4.Программа «Само-Тур»
5.Функции программы «Travel Agent-2000»

1. Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе

2. РАЗДЕЛ 2. Автоматизированные системы управления гостиничным комплексом

Тема 2.2. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общая характеристика гостиничного комплекса.	Информационная лекция
2	Система Fidelio. Система модулей Cenium.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Сравнительная характеристика основных систем управления гостиничным комплексом.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Общая характеристика гостиничного комплекса

Гостиничный сервис – ведущая отрасль сферы обслуживания. Современное состояние рынка гостиничных услуг характеризуется высоким уровнем конкуренции, разнообразием видов предоставляемых основных и дополнительных услуг, повышением уровня обслуживания. С

точки зрения организации и управления гостиничные комплексы представляют собой сложные системы, которые состоят из различных взаимосвязанных служб. К основным типовым службам относятся:

- служба управления номерным фондом;
- административная служба;
- коммерческая служба;
- служба питания;
- инженерно-технические службы;
- вспомогательные службы.

Служба управления номерным фондом осуществляет основные бизнес-процессы по приему и обслуживанию гостей, и во многом именно она определяет качество предоставляемых услуг. С этой точки зрения эта служба является одним из основных объектов, в первую очередь подлежащих автоматизации. В состав этого подразделения входят работники службы приема и размещения (front-office), персонал по обслуживанию номерного фонда (housekeeping), объединенная сервисная служба, включая швейцаров, посыльных, носильщиков, водителей автомобилей, службу безопасности и др.

К основным функциям службы относятся:

- бронирование номеров;
- прием, регистрация и размещение гостей;
- прием оплаты за предоставленные услуги и оформление необходимой документации при выезде гостей;
- оказание разнообразных бытовых услуг гостям;
- поддержание санитарно-гигиенического состояния номеров.

Административная служба осуществляет основные бизнес-процессы, связанные с управлением гостиничным комплексом в целом, координацией деятельности всех служб отеля, решением финансовых вопросов и кадрового обеспечения, контрольные функции и т.п. Обычно в состав этой службы входят директор и топ-менеджеры отеля, бухгалтерия, финансовая служба, отдел кадров и др. С точки зрения информационных процессов эта служба представляет собой то ядро, которое должно объединять информационно воедино все службы отеля. Работники этого блока, как правило, имеют наиболее полные права доступа ко всей информации, функционирующей в системе управления отелем.

Коммерческая служба обычно представлена отделами маркетинга и рекламы, которые выполняют задачи, связанные с исследованием рынка, конкурентов, выявлением потребностей постоянных и потенциальных гостей, разработкой и реализацией рекламных компаний, мероприятиями по связям с общественностью и т.п. Основная цель службы – продвижение существующего гостиничного продукта, а также выработка предложений по созданию новых видов услуг, которые с высокой степенью вероятности будут востребованы на рынке. С информационной точки зрения основной блок необходимой для работы информации предоставляется службой приема и размещения. Именно на базе этих данных проводятся маркетинговые исследования.

В службу питания входят рестораны, бары, предприятия быстрого питания, кафе, буфеты и т.п. Эта служба предоставляет одну из основных услуг – приготовление и реализацию пищи, которая входит в состав комплексного гостиничного продукта. В структуре гостиничного предприятия это одна из важнейших служб, непосредственно осуществляющая обслуживание гостей. Информационно служба питания является относительно самостоятельной структурой,

но тем не менее связана со службой приема и размещения, так как планирование и прогнозирование объемов продаж непосредственно зависит от числа гостей.

Инженерно-технические службы занимаются обслуживанием систем тепло- и водоснабжения, кондиционирования, электротехнических устройств, систем связи и телевещания и т.п. С точки зрения управления этой подсистемой основное внимание должно уделяться автоматизации управления технологическими процессами. Информационно эта служба должна быть связана со службой управления номерным фондом, откуда обычно поступает информация о возникших технических неисправностях в номерном фонде.

Вспомогательные службы предоставляют дополнительные платные услуги. Сюда могут быть отнесены парикмахерские, сауны, солярии, спортзалы, бассейны и т.п. Эти службы информационно связаны со службой приема и размещения, куда поступает информация о полученных дополнительных услугах, стоимость которых учитывается при оформлении счета гостя.

Организовать работу гостиничного комплекса с максимальной эффективностью и в соответствии с современными мировыми требованиями можно только с использованием современных компьютерных технологий. Вопрос комплексной автоматизации процессов бронирования, регистрации и размещения гостей, расчетов с ними, агентами, туроператорами является весьма актуальным для российских гостиниц. Автоматизацией управления гостиничными комплексами занимались еще несколько десятилетий назад в эпоху создания первых автоматизированных систем управления предприятиями. Тогда преимущественно осуществлялась разработка индивидуальных информационных систем на заказ для конкретной гостиницы. Такого рода подход практикуется и сейчас, но он не является перспективным, так как создавать заказные системы стало экономически невыгодно. Кроме этого, к настоящему времени разработано достаточно много различных систем управления гостиничными комплексами как зарубежных, так и отечественных, среди которых можно выбрать наиболее подходящую. При необходимости всегда можно сделать дополнительные доработки с учетом особенностей функционирования конкретной гостиницы.

Многие представленные на рынке программные продукты в области автоматизации гостиничного бизнеса хорошо зарекомендовали себя на практике, постоянно совершенствуются и обновляются фирмами-разработчиками в соответствии с потребностями пользователей. Во многих программных продуктах на этапе их инсталляции осуществляется настройка параметров на нужды конкретной гостиницы. Кроме того, фирмы-разработчики осуществляют сопровождение своих программных продуктов и обучение пользователей, как правило, на их рабочих местах в режиме реального функционирования системы. Все это способствует широкому внедрению типовых программных продуктов в области гостиничного бизнеса.

Среди зарубежных информационных гостиничных систем наиболее известной является система Fidelio, а также Lodging Touch. К настоящему времени появился и успешно функционирует ряд разработок отечественных фирм, обеспечивающих автоматизацию управления гостиничным комплексом. К ним относятся программные продукты:

- «Эдельвейс»,
- «Реконлайн»,
- «Барсум» (фирма «Рексофт»),
- система Hotel-2000 (фирма «Интур-Софт»),
- программный комплекс «Русский отель» (Фирма «Сервис плюс» совместно с фирмой «Ист Консепт»),
- системы «Отель-Симпл»,

- «Меридиан-1» (фирма Nortel),
- системаKei-Hotel (фирмаKei-Company).

Источник:https://studfile.net/preview/1727813/page:22/

Система Fidelio

Система Fidelio разработана немецкой фирмой Fidelio, которая является производителем таких известных автоматизированных систем для гостинично-ресторанного бизнеса, как Fidelio FO (Fidelio front office), Fidelio F&B (Fidelio food &Beverage) и Fidelio eng. Система Fidelio является составной частью глобальных компьютерных систем бронирования Amadeus, Sabre, Galileo, Worldspan. Все гостиницы, представленные в Fidelio, автоматически загружаются в эти глобальные компьютерные системы бронирования.

Интересы фирмы Fidelio в России представляет фирма HRS (Hotel and Restaurant Systems), которая не только реализует и настраивает программные продукты фирмы Fidelio, но и оказывает техническую поддержку этих систем, проводит обучение пользователей.

К основным функциям системы Fidelio FO относятся:

- бронирование и заселение гостей;
- начисления за проживание и другие услуги, оказываемые гостиницей;
- аккумулирование информации о неоплаченных счетах клиентов, поступающих из различных точек продаж;
- выставление промежуточных и окончательных счетов для расчетов с клиентами;
- учет информации о безналичных расчетах;
- получение финансовых и статистических отчетов.

Программный модуль ведения номерного фонда предназначен для осуществления оперативного контроля за его состоянием, сбора статистической информации о загрузке номерного фонда, получения различных отчетов о состоянии, контроля за работой службы горничных. Система отслеживает, убран номер или нет, и выдает предупреждение, если производится заселение клиента в неубранный номер.

В программе используются следующие понятия:

- карточка гостя;
- бронь;
- комната и счет клиента;
- код услуги;
- инструкция перенаправления.

В случае негарантированного бронирования гостиница соглашается сохранить комнату непроданной до определенного часа. Этот тип бронирования не гарантирует, что гостиница получит оплату за номер в случае неприбытия гостя. Если гость не въезжает в номер до 6 ч вечера, то гостиница имеет право отменить бронирование и включить данную комнату в список комнат, свободных для продажи.

Метод оплаты может быть различным: наличный, кредитная карта (указывается тип карты), оплата компанией и т.д.

К дополнительным услугам, входящим в стоимость номера, относятся: завтрак, платное телевидение, местные, междугородные или международные звонки и т.д.

Если при бронировании в наличии нет номеров требуемого типа, то данную бронь можно поместить в список ожидания. Когда какой-нибудь из номеров данного типа будет освобожден, система сама предупредит, что в списке ожидания находится бронь на данный тип номеров.

Система Fidelio FO состоит из следующих основных модулей: бронирования, портье, кассира, бухгалтера.

Модуль бронирования. Он предназначен для оформления бронирования клиентов. Данный модуль позволяет:

- завести бронь для клиента;
- завести групповую бронь;
- отменить бронь;
- корректировать бронь;
- перенести бронь в список ожидающих;
- назначить конкретные номера по ранее сделанному бронированию;
- распечатать подтверждения бронирования;
- принять депозит для бронирования.

Модуль портье. Он предназначен для поселения клиентов гостиницы, имеющих бронь. Во многом функциональность этого модуля похожа на модуль бронирования. Данный модуль позволяет производить следующие операции:

- поиск брони;
- назначение номеров и заселение;
- изменение брони;
- отмена бронирования;
- печать подтверждений;
- подселение;
- прием сообщений для прибывающих или прибывших гостей;
- прием депозита для бронирования;
- перемещение брони в список ожидания;
- заведение служебных счетов гостиницы.

Модуль кассира. Он является наиболее сложным модулем системы Fidelio FO. Пользователь, работающий в данном модуле, может:

- выполнять текущую работу со счетами клиентов;
- выставлять промежуточные счета;
- переселять клиента в другой номер;
- осуществлять выписку;
- осуществлять ведение главной кассы;
- осуществлять операции обменного пункта;
- осуществлять прием депозита для бронирования;
- печатать отчеты для кассиров;
- исправлять бронь клиента;
- производить прием оплат;
- перенести начисления с одного счета на другой;
- делить и объединять начисления;
- выполнять ручные начисления на счета клиентов.

Бухгалтерский модуль. Модуль системы Fidelio FO – Fidelio A/R представляет собой сильно упрощенную бухгалтерскую программу, а точнее книгу продаж услуг гостиницы, нацеленную

на отслеживание задолженностей клиентов, которые уже выписаны и которым выставлены счета за услуги. Функциональность данного модуля системы не очень богата, но позволяет производить некоторые манипуляции с начисленными суммами (переносить начисления с одного счета на другой, вводить оплату по каждой позиции, отслеживать историю по клиентам, печатать отчеты и письма клиентам).

Операционный день гостиницы в системе Fidelio FO закрывается посредством проведения ночного аудита, который осуществляется обычно в 6 часов утра и включает ряд процедур:

- перевод программной даты;
- анализ действий пользователей в системе;
- указание на незавершенность некоторых операций;
- распечатку пакета отчетов о работе гостиницы за день, которые на следующий день будут переданы руководству и в бухгалтерию;
- автоматическое начисление стоимости номера на счета гостей;
- сохранение данных и статистики за день;
- выполнение системных процедур.

Выполнение ночного аудита можно начать только при завершении всех операций за истекший день, чем и обусловлено время его проведения.

Система Fidelio FO предоставляет возможность составлять различного рода отчеты и прогнозы, которые необходимы для дальнейшего планирования деятельности гостиницы. Прогнозирование является важной функцией Службы бронирования гостиницы, так как от правильного составления прогноза зависит правильное координирование работы остальных служб гостиницы. Все службы гостиницы находятся в тесной взаимосвязи. Поэтому увеличение или уменьшение загрузки гостиницы ведет к изменению графика работы всех служб. На основании прогнозов такие службы, как хозяйственная, служба ресторана и другие, составляют расписание работы персонала, число работающих в день, а также в ресторане прогнозируется потребление продуктов питания на основании предполагаемой загрузки.

Прогнозирование загрузки гостиницы делается на основании данных предыдущих периодов. В гостиницах с помощью системы Fidelio FO составляются следующие виды отчетов:

1. Ежедневный отчет об активности. В этом отчете представлена сравнительная информация о деятельности данной гостиницы с остальными гостиницами одного типа данного региона. Первая часть данного отчета содержит информацию об активности гостиницы за прошедший день. В нее включены данные о числе проданных номеров (разбивка идет по сегментам рынка), о полученных прибылях от каждого сегмента рынка. Во второй части содержится информация о деятельности других гостиниц, включающая в себя количество проданных номеров, процент загрузки и среднюю стоимость номера за этот день. Этот отчет дает возможность получить полную картину деятельности гостиниц данного региона. На основании данных этого отчета составляются некоторые прогнозы. Отчет об изменении спроса. Этот отчет позволяет проанализировать, как изменялась загрузка гостиницы после каждого прошедшего дня. Обычно анализ спроса начинается за полтора месяца до обозначенного дня. Этот отчет заполняется ежедневно и дает возможность наглядно представить динамику роста спроса на номера. Разбивка этого отчета идет обычно по дням недели. Это делается для того, чтобы можно было спрогнозировать возможное число забронированных номеров. Информация группируется таким образом, чтобы можно было сравнить изменение загрузки гостиницы с предыдущими днями.
2. Девятидневный прогноз. Этот прогноз составляется на последующие девять дней. Он базируется на ежедневном отчете об активности. Сравнивая данные о загрузке предыдущих периодов с темпами роста загрузки, полученных из отчета об изменении спроса,

имеется возможность спрогнозировать загрузку гостиницы на ближайшие периоды. Прогноз делается с учетом событий, влияющих на загрузку (выставок, конференций и т.д.). Прогноз учитывает не только возможный процент загрузки гостиницы, но и возможную прибыль от различных сегментов рынка. При этом прогнозируется средняя стоимость номера.

3. Ежемесячный отчет. Это статистическое подведение итогов прошедшего месяца. Оно делается на основании ежедневных отчетов по продажам. Прибыль, полученная от продажи номеров, суммируется, подсчитывается число проданных за месяц номеров. На основании этих данных вычисляются средняя стоимость номера и средний процент загрузки.

Достоинством системы Fidelio FO является наличие связи с другими системами и внешними устройствами.

Автоматизация ресторанного и складского учета в гостинице. Для автоматизации ресторанного и складского учета в гостинице используются системы Fidelio F&B и Micros, которые могут взаимодействовать между собой.

Система Fidelio F&B позволяет:

- работать с поставщиками (заказы, поставки);
- вести учет товаров на продовольственных складах;
- вести меню, используемое в ресторанах и барах;
- проводить калькуляцию рецептов блюд;
- производить расчет банкетного меню;
- производить инвентаризацию на складах гостиницы;
- на основе Данных о продажах проводить автоматическое списание товаров со склада в соответствии с заведенными в систему рецептами;
- получать отчеты о работе складов.

Система Fidelio FO работает под операционной системой MS DOS и Windows NT, в качестве сетевой оболочки используется Nowell.

Стоимость системы зависит от числа номеров в гостинице и от набора модулей системы. Для гостиницы, имеющей порядка 100 номеров, стоимость системы составляет примерно 30 тыс. долл. В эту сумму входят установка, настройка, поддержка системы, обучение пользователей.

Компьютерная система Fidelio – одна из самых популярных систем, используемых в гостиничном хозяйстве, число ее пользователей в мире превышает 7,5 тыс. В России, СНГ и странах Балтии имеется 95 установок, в отелях Marriott («Марриотт»), «Национала, Sherraton («Шератон»), BalchugBCempinsky, Holiday Inn, «Ренессанс», «Золотое кольцо», «Ирис», «Рэдиссон Славянская» «Пекин» и других в Москве, «Европа», «Невский Палас», «При балтийская» и других в Санкт-Петербурге, а также в других городах России.

Источник:https://studfile.net/preview/1727813/page:30/

Сравнительная характеристика основных систем управления гостиничным комплексом

Выбор системы управления гостиничным комплексом для конкретной гостиницы представляет собой сложную задачу. Прежде всего следует сопоставить те функциональные возможности, которыми обладает анализируемый программный комплекс, и потребность автоматизации бизнес-процессов в конкретной гостинице. Кроме этого, следует учесть

удобство интерфейса системы, надежность и стабильность работы, соотношение цены и качества продукта.

На российском рынке наибольшее распространение получили программы Lodging Touch компании «Либра Интернэшнл», «Русский отель» компании East Concept, Fidelio компании HRS.

Основными критериями анализа являются:

- функциональность программных комплексов;
- используемые технические платформы и средства;
- учет требований российского законодательства;
- условия и стоимость технического обслуживания;
- развитие систем в будущем;
- опыт практического использования программного продукта в гостиницах.

№	Критерии анализа	«Русский отель»	Fidelio	Lodging Touch
1.	Общие характеристики			
1.1	Соответствие международным требованиям и стандартам ведения гостиничного управления	Не соответствует	Соответствует	Соответствует
1.2	Разработчик системы	«Ист-Консепт», Санкт-Петербург	Micros-Fidelio, США	MAI/Hotel Information Systems, США
1.3	Опыт разработки информационных решений для гостиничной индустрии	10 лет	12 лет	27 лет
1.4	Опыт установок предлагаемой системы в аналогичных гостиницах в мире	Только в России	5 лет	5 лет
1.5	Число гостиниц-пользователей указанных систем в мире	Нет	Около 2 тыс.	Около 3,5 тыс.
1.6	Количество гостиниц-пользователей указанных систем в России	50	7	16
1	Награды,	Лауреат	Нет	Два

.7	дипломы и премии, полученные компаниями-поставщиками	знака «Общественное признание» 1999 г. (Санкт-Петербург)		диплома международных выставок, премия Правительства Москвы за 2000 г., награда Microsoft
2.	Функциональные возможности систем			
2.1	Бронирование	Есть	Есть	Есть
2.2	Прием и размещение, расчеты с гостями	»	»	»
2.3	Управление номерным фондом и работа горничных	»	»	»
2.4	Управление ремонтом номеров	»	»	»
2.5	Работа с группами	Есть	Есть	Есть
2.6	История гостя	Нет	»	»
2.7	История компании	»	»	»
2.8	Расчеты по клубным картам	»	При покупке дополнительного модуля	»
2.9	Программы частого гостя (поощрения)	»	Есть	»
2.10	Модуль встреч и проводов гостей (Arrivals/Departures)	»	Нет	»
2.11	Бюро находок (книга регистрации забытых вещей)	Нет	Нет	Есть
2.12	Киоск продаж (сувениры, газеты, телефонные карты)	»	»	»
2.13	Внутренняя электронная почта (обмен информацией	»	»	»

	между пользователями)			
2.14	Ночной аудит	»	Есть	»
2.15	Работа с дебиторами	Частично	»	»
2.16	Электронный консьерж	Нет	Нет	»
2.17	Модуль регистрации паспортных данных, печать отчетов ПВС	»	»	»
2.18	Модуль российской управленческой отчетности	»	»	»
2.19	Разграничение прав доступа	Есть	Есть	»
2.20	Отчетные возможности	Ограничены	Ограничены	Неограничены
2.21	Возможность составления отдельных кассовых счетов	Нет	Есть	Есть
2.22	Формирование рабочих таблиц (шахматки)	»	»	»
2.23	Учет мини-баров	»	»	»
2.24	Учет стоимости телефонных переговоров	Есть	»	»
2.25	Наличие интегрированного модуля управления несколькими гостиницами	Нет	Нет	Есть
3.	Технические параметры систем			
3.1	Операционная система	DOS	Windows 98, NT	Windows NT, Windows-2000
3.2	СУБД	dbase	dbase	MS-SQL Server
3.3	Клиент-серверная	Нет	Нет	Да

	технология			
3.4	Защита информации от несанкционированного доступа (защищенность базы данных)	»	»	»
3.5	Возможность использования терминальных клиентов («тонких клиентов»)	Нет	Нет	Да
3.6	Интеграция с программами Microsoft Office 95/97/2000	»	»	Есть
3.7	Создание отчетов и форм с помощью стандартных генераторов отчетов	»	Да	Да
3.8	Создание новых отчетных форм и выходных документов (регистрационные карты, счета гостей и др.) силами гостиницы без обращения к поставщику	»	Нет	»
4.	Локализация системы			
4.1	Использование кодировки Unicode (стандарт для Windows приложений)	Нет	Нет	Есть
4.2	Фискализация	»	Есть	»
4.3	Соответствие требованиям УВИР по регистрации паспортов и ведение журналов	»	Нет	»
4.4	Поселение по местам с учетом пола гостя	Нет	Нет	Есть

4.5	Многоязычность	»	»	»
4.6	Возможность гибкого экспорта данных в бухгалтерские системы силами гостиницы	»	»	»
4.7	Открытость системы (создание внешних программ, подсистем и интерфейсов с возможностью их включения в основную программу)	»	»	»
5.	Техническое обслуживание			
5.1	Схема предоставления технического обслуживания	В рабочие часы	Круглосуточно	Круглосуточно
5.2	Поставка новых версий программного обеспечения	По согласованию	Включена	Включена
5.3	Ориентировочная стоимость лицензионного сопровождения в год	Нет лицензионного сопровождения	33 – 35 % от стоимости лицензии	25% от стоимости лицензии

Источник:https://studfile.net/preview/1727813/page:33/

Вопросы к обсуждению:

1. Общая характеристика гостиничного комплекса
2. Функции службы управления номерным фондом
3. Основные функции системы Fidelio FO
4. Основные критерии анализа систем управления гостиничным комплексом

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Задания к разделу 1

1. Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе

2. РАЗДЕЛ 1. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Тема 1.1. Понятие об автоматизированных системах управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие об информационных технологиях.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Классификация информационных технологий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Влияние информационных технологий на развитие сферы гостеприимства и общественного питания.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: доклады, кейс-задание.

Темы докладов:

1. Информация как связующее звено гостиничной индустрии.
2. Определение информационной системы и информационной технологии.
3. Роль информационных технологий в развитии экономики и общества.
4. Современные информационные технологии и основные тенденции их развития.
5. Структура и состав информационной системы.
6. Классификация информационных систем.
7. Особенности информационных систем автоматизации предприятий гостиничного бизнеса.

8. Формирование единого информационного пространства на предприятиях гостиничного бизнеса. Информационные технологии как фактор создания конкурентного преимущества предприятий размещения.
9. Общий обзор современных технических средств.
10. Классификация программного обеспечения.
11. Критерии эффективности применения информационных технологий на предприятии гостиничного бизнеса.
12. Особенности рынка информационных технологий сферы индустрии гостеприимства.
13. Распределенные системы обработки данных, технологии "клиент- сервер".
14. Информационные хранилища.
15. Системы электронного документооборота.
16. Геоинформационные системы, глобальные системы.
17. Системы групповой работы, корпоративные информационные системы.
18. Информационные системы менеджмента туризма и социально-культурного сервиса.
19. Системы обеспечения корпоративной безопасности информации.
20. Комплексный подход к проблеме защиты информации.

Кейс-задание:

Загородному комплексу «Динамо» необходимо разработать небольшую систему автоматизации управления гостиницей. Для описания предметной области представлена следующая информация:

Номерной фонд гостиницы: код номера, тип номера (одноместный различных категорий, двухместный, люкс и пр.), этаж, описание номера, состояние номера (свободен, занят, забронирован, находится в состоянии уборки, временно недоступен в связи с ремонтом), цена номера.

Карточка гостя: код гостя, ФИО гостя, дата рождения, адрес гостя, гражданство, категория гостя (обычный, VIP, постоянный и пр.)

Гость гостиницы может купить услуги проживания в определенном номере на определенный срок. При этом формируется электронный документ

«Поселение», в котором вводится код гостя, дата поселения (по умолчанию устанавливается как текущая дата), код номера, предполагаемое число дней проживания, сведения о портье, оформившем заявку. Данную информацию в систему автоматизации вводит портье.

Задания:

1.Перечислите функциональные возможности разрабатываемой системы (в рамках описания предметной области).

2.Укажите объекты, информация о которых будет храниться в системе.

3.Перечислите, какие действия (и их последовательность) при работе с системой должен выполнять портье в рамках своего АРМа.

4.Перечислите технические средства АРМ портье.

1. Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе

2. РАЗДЕЛ 1. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Тема 1.2. Системы бронирования и резервирования

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Характеристики компьютерных систем бронирования и резервирования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Система бронирования Amadeus.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Система бронирования Worldspan	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
	Российские компьютерные системы бронирования. Выбор системы бронирования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: доклады.
Темы докладов:

1. Система бронирования Amadeus,
2. Система бронирования Galileo,
3. Система бронирования Worldspan,
4. Система бронирования Sabre.
5. Электронный каталог HotelGuide,
6. Электронный каталог FlightGuide,

7. Электронный каталог CruiseFerryGuide,
8. Электронный каталог HRS,
9. Электронныйкаталог Business Travel Planner,
10. Электронныйкаталог Air Travel Planner.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестов.

1. Какой класс ИТ оказывает большое влияние на продвижение гостиничного продукта:
а) локальные системы автоматизации гостиничных комплексов
б) мультимедийные системы
в) сеть Internet
г) глобальные распределительные системы

2. Когда появились первые АСУ гостиницами:
а) в 60-х гг. XX века
б) в 70-х гг. XX века
в) в 80-х гг. XX века
г) в 90-х гг. XX века

3. Основная функция первых компьютерных систем бронирования
а) бронирование авиабилетов
б) оптимизация стыковок рейсов самолетов
в) продажа билетов на спортивные мероприятия

4. Современные Глобальные распределительные системы GDS (Global Distribution System) позволяют:
а) забронировать билеты на рейсы авиакомпаний,
б) забронировать места в гостиницах
в) забронировать автомобиль в фирмах проката автомобилей,
г) забронировать билеты на железнодорожные, морские и паромныеперевозки,
д) осуществить резервирование билетов на посещение всевозможныхкультурных и спортивных мероприятий,
е) обменять валюту.

5. Первая отечественная система бронирования авиабилетов называлась и называется сейчас:
а) Аврора
б) Сирена
в) Галилео
г) Габриель
д) Апполо

6. К зарубежным системам бронирования авиабилетов относятся:
а) Gabriel
б) Sirena
в) Galileo
г) Express
д) Sabre

Задания к разделу 2

1. Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе

2 РАЗДЕЛ 2. Автоматизированные системы управления гостиничным комплексом

Тема 2.1. Информационные системы менеджмента

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	.Классификация информационных систем менеджмента	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Программные продукты фирмы «Арим-Софт». Программа «Само-Тур»	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Программные продукты фирмы «Интур-Софт». Программы Voyage Office и «Аист-2.5»	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: доклады.

Темы докладов.

1.Классификация специализированных информационных систем менеджмента в индустрии гостеприимства.

2.Программы управления индустрией гостеприимства.

3.Основные функции программ для автоматизации индустрии гостеприимства.

4.Структура типового программного комплекса для индустрии гостеприимства.

5.Методика выбора программы автоматизации для индустрии гостеприимства.

1. Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе

2. РАЗДЕЛ 2. Автоматизированные системы управления гостиничным комплексом

Тема 2.2. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общая характеристика гостиничного комплекса	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Система Fidelio. Система модулей Cenium	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Сравнительная характеристика основных систем управления гостиничным комплексом.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: доклады.

Тема докладов.

1. Основные бизнес-процессы в гостиничных комплексах.
2. Основные подходы к автоматизации гостиниц.
3. Зарубежные разработки по автоматизации гостиничного бизнеса представлены на российском рынке.
4. Сравнительная характеристика основных отечественных систем автоматизации гостиничного бизнеса.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестов:

1.Укажите технические средства, используемые в управлении фронт-офисом на предприятиях общепита:
а) Фискальный регистратор
б) POS-терминал
в) Тач-скрин
г) Сканер штрих-кодов
д) Ридер пластиковых карт
е) Все указанные выше
ж) Ни один из указанных выше

2.Какие программные средства предназначены для фронт-офиса на предприятиях общепита:
а) Фискальный регистратор
б) Store House
в) R-Keeper
г) Все указанные выше
д) Ни один из указанных выше

3.Укажите средства идентификации продукции общественного питания:
а) Штрих-коды
б) QR-коды
в) Радиометки
г) Магнитные ключи и карты
д) Позиции 1,2,3, указанные выше
е) Все указанные выше
ж) Ни одно из указанных выше

4.Укажите средства идентификации персонала- пользователей информационных систем
а) Отпечатки пальцев
б) Пароль+логин
в) Магнитные или проксимити-карты
г) Все указанные выше
д) Ни одно из указанных выше

5.Что относится к средствам идентификации гостей:
а) Бонусная карта с привязкой к аккаунту
б) Персональная пластиковая карта
в) Фейс-контроль
г) Все указанное выше

6.Для чего нужно размещать информацию о своем заведении на Информационных порталах:
а) Продвижение услуг
б) Повышение имиджа

в) Привлечение новых клиентов
г) Для удобства гостей при выборе заведения
д) Для всех задач, указанных выше

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

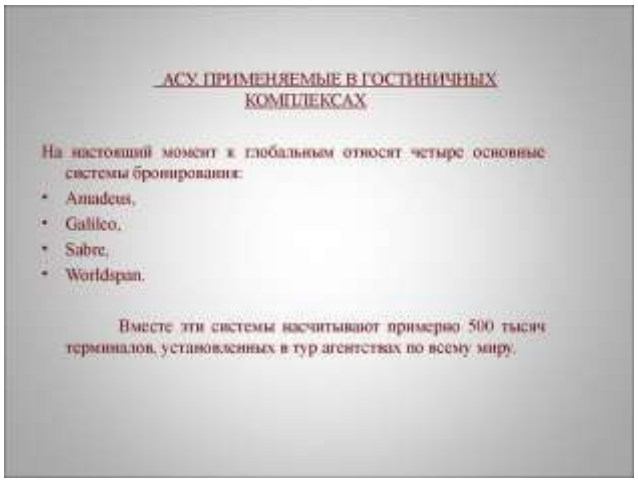
РАЗДЕЛ 1. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.

Тема 1.1. Понятие об автоматизированных системах управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Источник: https://thepresentation.ru/img/tmb/2/166469/8704483159af5abc5b694911a40eaec5-800x.jpg

Источник:https://cf.ppt-online.org/files/slide/o/O7du9gfZLDbHUWFAk8CJYSqGxRnQXy2NErtBlm/slide-5.jpg

Тема 1.2.Системы бронирования и резервирования.

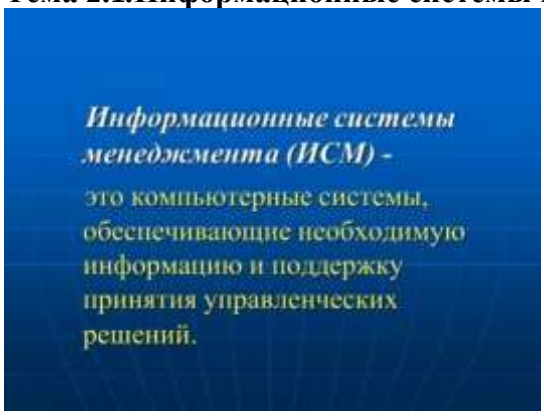


Источник:https://cf.ppt-online.org/files/slide/j/JE81gqUieYD7V3GsZTnxFKW2lpM9ILw6cuORPh/slide-5.jpg

Источник: http://www.myshared.ru/slide/1410960/

РАЗДЕЛ 2. Автоматизированные системы управления гостиничным комплексом

Тема 2.1.Информационные системы менеджмента



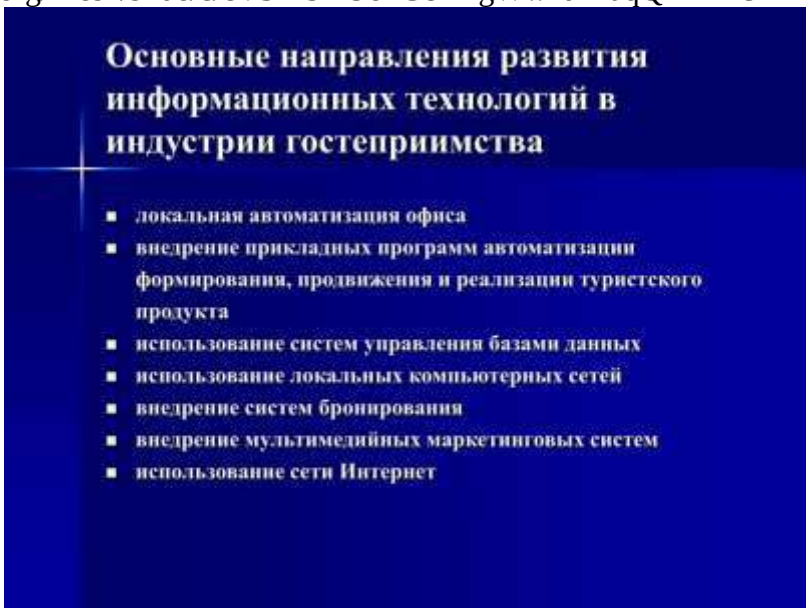
Источник: https://prezentacii.org/upload/cloud/19/05/147699/images/screen19.jpg

Источник:https://image3.slideserve.com/5744360/slide6-l.jpg

Тема 2.2. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом

Источник:https://cf.ppt-online.org/files/slide/p/pnu6xmDGtz4jQiUKg9TICH3re7WShNPBdbAk25/slide-2.jpg

Источник: https://cf.ppt-online.org/files1/slide/c/cV3MSHOonG8xDgWwzdXlaqQfZmLUBEkrF1u0bt7pNs/slide-9.jpg



Источник:https://image3.slideserve.com/5531909/slide2-l.jpg

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА (МОДУЛЯ)

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Тема 1.1 Гостеприимство как социально-культурный феномен	Предмет, методы и задачи изучения дисциплины. Сущность индустрии гостеприимства. Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности. Роль специалистов в индустрии гостеприимства. Общая характеристика индустрии гостеприимства
Тема 1.2 Зарождение и этапы развития гостеприимства	Историческое развитие индустрии гостеприимства. Национальные особенности гостеприимства. Зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства за рубежом. Зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства в России. Деятельность выдающихся организаторов гостиничного бизнеса. Структура индустрии гостеприимства Гостиничные предприятия. Предприятия питания. Гостиничные сети и цепи. Франчайзинг в гостиничном деле
РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ	
Тема 2.1 Международные и отечественные классификации гостиниц и номеров	Международная классификация средств размещения. Основные требования к средствам размещения. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Гостеприимство как одно из фундаментальных понятий человеческой цивилизации. Первые типы средств размещения и особенности управления ими. Пионеры гостиничной индустрии: Статлер, Ритц, Мариотт, Хилтон. Классификация гостиниц в Великобритании. Особенности классификация

	гостиниц системы АА. Категоризация отелей в США. Категоризация отелей во Франции. Понятие гостиничной концепции. Характеристика основных гостиничных концепций.Классификация гостиниц по уровню обслуживания в России (основные положения). Классификация отелей в Германии. Особенности классификации гостиниц в Швейцарии. Особенности классификация гостиниц в Греции. Особенности европейской (французской) классификации
Тема 2.2 Специализированные и альтернативные средства размещения	Среда гостиничного предприятия. Факторы, влияющие на работу отеля. Внутренняя среда гостиничного предприятия. Факторы, влияющие на процесс оказания гостиничных услуг. Основные цели классификации. Специализированные оздоровительные заведения. Конгресс-отели. Общественные средства транспорта, оборудованные для проживания. Индивидуальные средства размещения туристов. Кондоминиум отели. Особенности малых гостиниц. Особенности бизнес-отелей. Отличительные особенности курортных гостиниц и SPA – отелей. Особенности транзитных гостиниц. Роль личности в развитии гостиниц – Харвей.
РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ	
Тема 3.1 Базовые конфигурации гостиничных зданий и распределение площадей. Дизайн гостиничного интерьера	Базовые конфигурации гостиничных зданий и распределение площадей. Основные факторы, предопределяющие выбор площадей для размещения гостиничного комплекса. Дизайн гостиничного интерьера. Влияние интерьера на уровень корпоративной культуры, создание комфорта и обеспечивает оптимальные условия для обслуживания. Характеристика стилей дизайна и примеры стилей, используемые в отелях. Характеристика примеров лучших отелей Европы, Америки. Характеристика современного состояния гостиничного дизайна в России.
Тема 3.2 Современное состояние гостиничного дизайна. Фирменный стиль гостиницы и требования к нему	Современное состояние гостиничного дизайна в России. Создание фирменного стиля гостиницы и основные требования к нему. Этапы разработки фирменного стиля. Новые направления дизайна гостиничных интерьеров. Особенности гостиничного интерьера в зарубежных странах. Примеры лучших отелей России, входящих в число лучших отелей мира. Проблемы гостиничного интерьера в России и за рубежом
РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА	
Тема 4.1. Структура управления гостиницей: элементы и уровни	Типы организационных структур в индустрии гостеприимства; их преимущества и недостатки. Организационная структура управления гостиницей. Характеристика основных элементов организационной структуры управления гостиницей. Горизонтальные и вертикальные связи в организационной структуре управления гостиницей. Преимущества и недостатки линейной структуры управления гостиницей. Недостатки функциональной структуры управления гостиницей.

	Модели организации гостиничного бизнеса. Основные модели организации гостиничного дела.
Тема 4.2. Управление качеством на предприятиях индустрии гостеприимства	Специфика управленческой структуры гостиничного комплекса. Формы управления. Основные службы гостиницы. Служба бронирования и совершенствование технологии ее работы. Организационные принципы службы управления номерным фондом. Современные формы и технологии управления гостиничным предприятием. Управление качеством на предприятиях индустрии гостеприимства. Коммерческая служба в системе эксплуатации гостиничных объектов. Вспомогательная оперативная служба гостиничного комплекса. Служба питания. Характер ресторанного сервиса.
РАЗДЕЛ 5. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СТРУКТУРА, СЕРВИС	
Тема 5.1 Службы предоставления основных услуг	Особенности функционирования службы управления номерным фондом Функции подразделений службы управления номерным фондом: служба бронирования; служба приема и размещения; хозяйственная служба. Служба организации питания. Деятельность основных гостиничных служб в процессе технологического цикла обслуживания гостей.
Тема 2. Службы предоставления дополнительных услуг	Дополнительные услуги в структуре гостиницы. Организация обслуживания бытового обслуживания и обслуживания транспортными услугами в гостинице. Анимационные технологии в гостиничном сервисе. Спортивно-оздоровительный сервис в гостиничных комплексах. Велнес-технологии как новое предложение в системе гостеприимства. Формы экскурсионного сервиса в структуре дополнительных услуг гостиниц.
РАЗДЕЛ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	
Тема 6.1. Гостиничный сервис в условиях глобализации	Гостиничный сервис в условиях глобализации. Международные гостиничные цепи и группы. Гостиничные консорциумы. Неординарные отели как аттрактор современного туризма.
Тема 6.2. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг	Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг. Методы статистики, социологии и маркетинга в региональном мониторинге, новые технологии исследования. Прогнозирование как цель регионального мониторинга гостиничных услуг.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной

форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг –

форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и

отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1.1 Гостеприимство как социально-культурный феномен

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие гостеприимства, как сферы деятельности.
2. Значение человеческого фактора в индустрии гостеприимства?
3. Знания и навыки, которые необходимыдля работы в сфере гостеприимства?

Тема 1.2 Зарождение и этапы развития гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Этапы развития индустрии гостеприимства.
2. Национальные особенности гостеприимства.
3. Гостиничные сети и цепи.

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Тема 2.1 Международные и отечественные классификации гостиниц и номеров

Вопросы для самоподготовки:

1. Международная классификация средств размещения.
2. Система квалификации гостиничных предприятий в РФ.
3. Гостиничная концепция и характеристики основных гостиничных концепций.

Тема 2.2 Специализированные и альтернативные средства размещения

Вопросы для самоподготовки:
1. Среда гостиничного предприятия. Факторы, влияющие на работу отеля.
2. Специализированные оздоровительные заведения.
3. Особенности бизнес-отелей.
4. Отличительные особенности курортных гостиниц и SPA – отелей.

РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 3.1 Базовые конфигурации гостиничных зданий и распределение площадей. Дизайн гостиничного интерьера

Вопросы для самоподготовки:
1. Основные факторы, предопределяющие выбор площадей для размещения гостиничного комплекса.
2. Влияние интерьера на деятельность гостиницы.
3. Характеристика стилей дизайна и примеры стилей, используемые в отелях

Тема 3.2 Современное состояние гостиничного дизайна. Фирменный стиль гостиницы и требования к нему

Вопросы для самоподготовки:
1. Этапы разработки фирменного стиля.
2. Состояние гостиничного дизайна в России.
3. Проблемы гостиничного интерьера за рубежом и в России.

РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Тема 4.1. Структура управления гостиницей: элементы и уровни

Вопросы для самоподготовки:
1. Организационная структура управления в гостинице.
2. Типология организационных структур в индустрии гостеприимства
3. Горизонтальные и вертикальные связи в организационной структуре управления гостиницей.
4. Модели организации гостиничного бизнеса

Тема 4.2. Управление качеством на предприятиях индустрии гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:
1. Специфика управленческой структуры гостиничного комплекса и её формы.
2. Основные службы гостиницы

3. Современные формы и технологии управления гостиничным предприятием.

РАЗДЕЛ 5. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СТРУКТУРА, СЕРВИС

Тема 5.1 Службы предоставления основных услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности функционирования служб в гостиничных комплексах.
2. Функции подразделений служб гостиницы.
3. Деятельность гостиничных служб в процессе технологического цикла обслуживания гостя

Тема 5.2. Службы предоставления дополнительных услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Дополнительные услуги в структуре гостиницы
2. Спортивно-оздоровительный сервис в гостиничных комплексах
3. Организация обслуживания бытового обслуживания и обслуживания транспортными услугами в гостинице.

РАЗДЕЛ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Тема 6.1. Гостиничный сервис в условиях глобализации

Вопросы для самоподготовки:

1. Международные гостиничные цепи
2. Основные тенденции в развитии гостиничной индустрии
3. Концепция гостиничного консорциума

Тема 6.2. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг

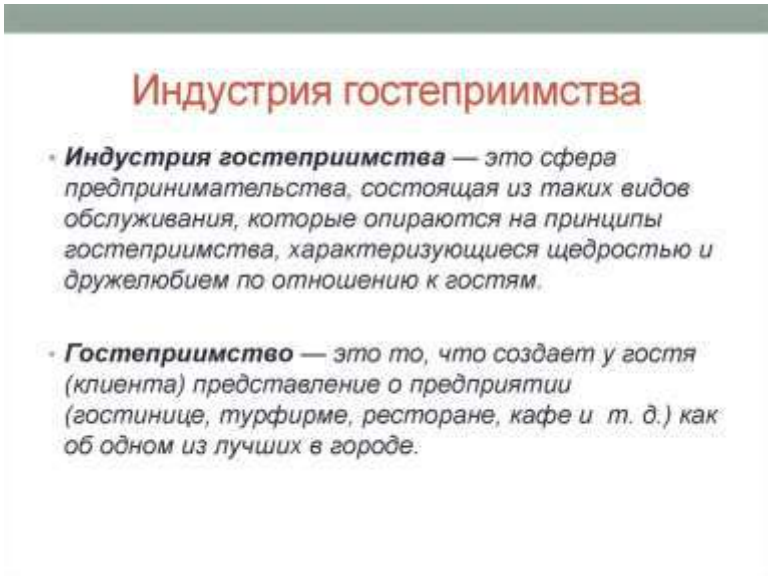
Вопросы для самоподготовки:

1. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг
2. Методы статистики,маркетинга в региональном мониторинге.
3. Два главных вида показателей регионального мониторинга.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1.1 Гостеприимство как социально-культурный феномен



Источник: https://ppt-online.org/629717

Источник:https://mypresentation.ru/fp/?documents/0bd57d459d854f64f27bb630771b3b44/industriya-gostepriimstva-i-servisnye-uslugi/11

Источник:https://present5.com/industriya-gostepriimstva-industriya-gostepriimstva-eto-kompleksnaya/

Тема 1.2 Зарождение и этапы развития гостеприимства

История развития гостиниц

Английское слово «hospitality» (гостеприимство) происходит от старофранцузского «хоспис», что переводится, как «странноприемный дом». Появление первых прообразов гостиниц, как и самой профессии уходит своими корнями в далекое прошлое.

История развития гостиниц

Прообразы гостиниц имелись и на Ближнем Востоке, в Закавказье ,в Средней Азии. Купцы с караванами путешествовали по пустыням и предгорьям.

Караван-сарай — своеобразный гостиничный комплекс, включающий в себя загон для верблюдов и помещения для ночлега людей.

История развития гостиниц

В истории развития гостиничного дела различают четыре этапа:

- Первый этап — предыстория гостиничного дела.
- Второй этап — зарождение специализированных предприятий по производству гостиничных и сопутствующих им дополнительных услуг.
- Третий этап — начало массового появления предприятий гостинично-ресторанного сервиса.
- Четвертый этап — массовое развитие гостиничной индустрии.

Источник:https://mypresentation.ru/fp/?documents/0bd57d459d854f64f27bb630771b3b44/industriya-gostepriimstva-i-servisnye-uslugi/11

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Тема 2.1 Международные и отечественные классификации гостиниц и номеров

Источник:https://theslide.ru/uncategorized/klassifikatsiya-gostinits-i-inyh-sredstv-razmeshcheniya

Источник:https://present5.com/lekciya-2-chast-2-klassifikaciya-otelej-zvezdy/

Источник:https://present5.com/lekciya-2-chast-2-klassifikaciya-otelej-zvezdy-2/

Классификации по уровню комфорта (категорийности)

Для каждой страны характерна своя классификация гостиниц и гостиницы, относящиеся к одной категории, но расположенные в разных странах, имеют существенные различия.

Европейская классификация			Американская классификация
Немецкая	Французская	Греческая	
люкс	***** (5*)	de Luxe	Super deluxe
первый класс	**** (4*)	A	Deluxe
комфортный класс	*** (3*)	B	Expensive
стандартный класс	** (2*)	C	Moderate
туристский класс	* (1*)	D	Inexpensive

Источник:https://present5.com/modul-4-industriya-turizma/

Тема 2.2 Специализированные и альтернативные средства размещения

Источник:https://slide-share.ru/organizaciya-deyatelnosti-sluzhbi-bronirovaniya-gostinichnikh-uslug-719980#

Рис. 6.1. Классификация средств размещения туристов

Источник: https://topuch.com/organizaciya-turizma/index12.html

РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 3.1 Базовые конфигурации гостиничных зданий и распределение площадей. Дизайн гостиничного интерьера

Источник:https://dr-web.ru/prezentacii/interer-gostinicy-i-ego-vliyanie-na-kachestvo-obsluzhivaniya.html

Источник:https://myslide.ru/presentation/sovremennye-tendencii-v-oformlenii-gostinichnyx-intererov

Тема 3.2 Современное состояние гостиничного дизайна. Фирменный стиль гостиницы и требования к нему

Источник:https://slide-share.ru/imidzh-gostinichnogo-predpriyatiya-kak-ehlement-pozicionirovaniya-331260

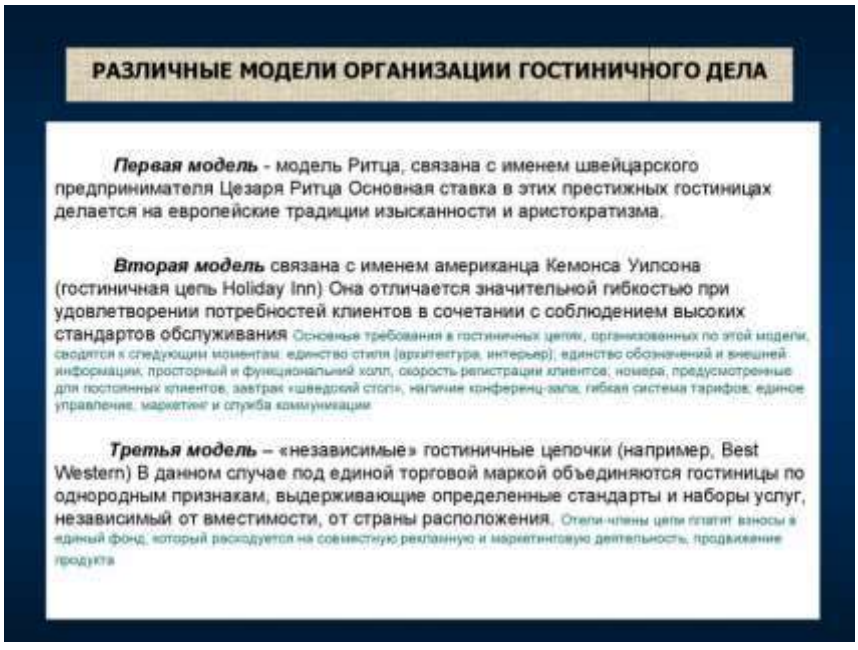
Источник:https://vadim-galkin.ru/business-basics/marketing-business-basics/firmennyj-stil-kak-marketingovyj-instrument/

РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Тема 4.1. Структура управления гостиницей: элементы и уровни

Источник:https://ppt-online.org/496955

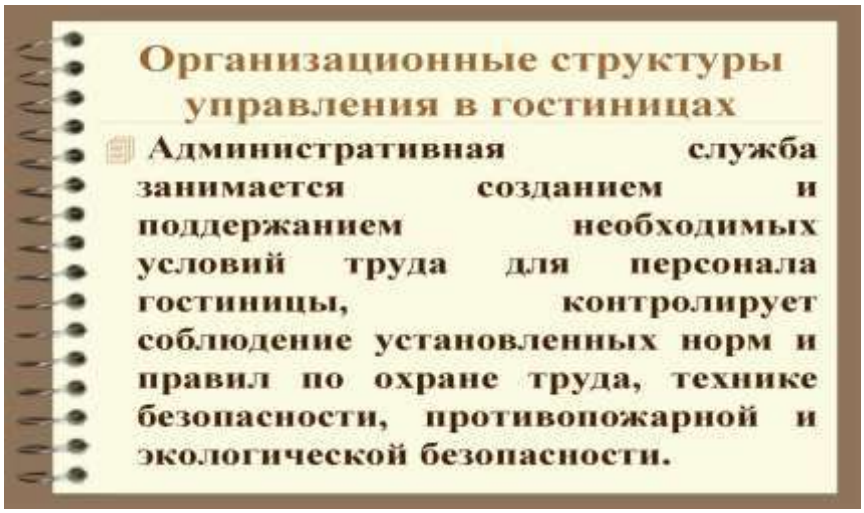
Источник:https://ppt-online.org/11847



Источник:https://ppt-online.org/521918

Тема 4.2. Управление качеством на предприятиях индустрии гостеприимства

Источник:https://present5.com/organizacionnaya-struktura-gostinicy-gostinichnogo-predpriyatiya-rabota/



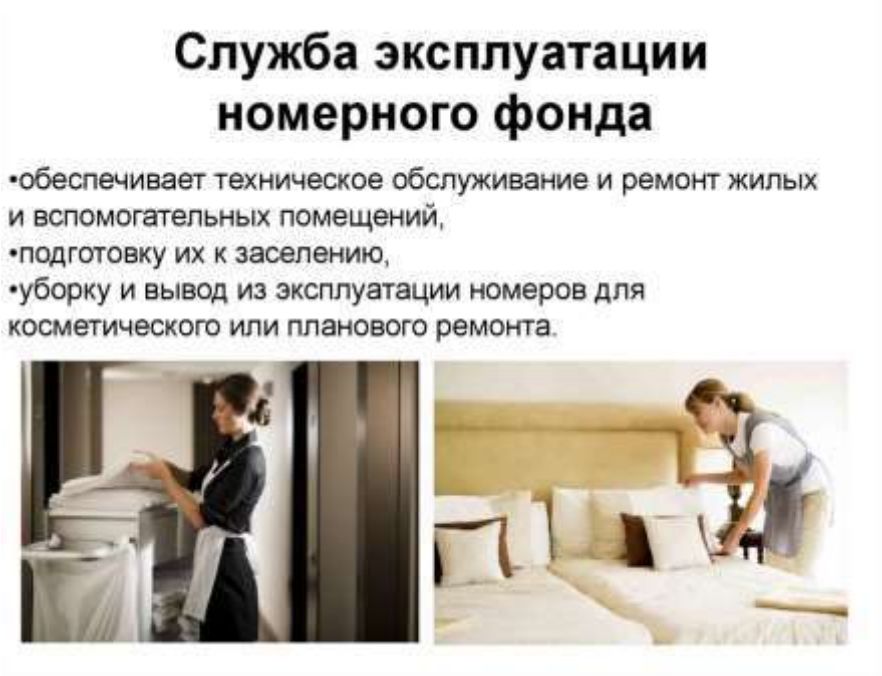
Источник:https://ppt-online.org/202606

РАЗДЕЛ 5. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СТРУКТУРА, СЕРВИС

Тема 5.1 Службы предоставления основных услуг

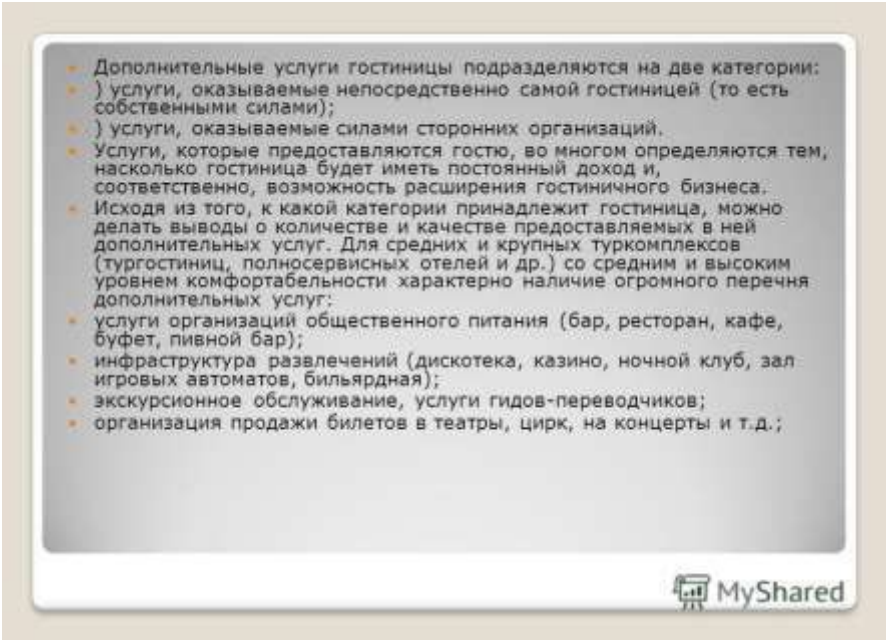
Источник:https://ppt-online.org/543206

Источник:https://studfile.net/preview/1725796/page:13/



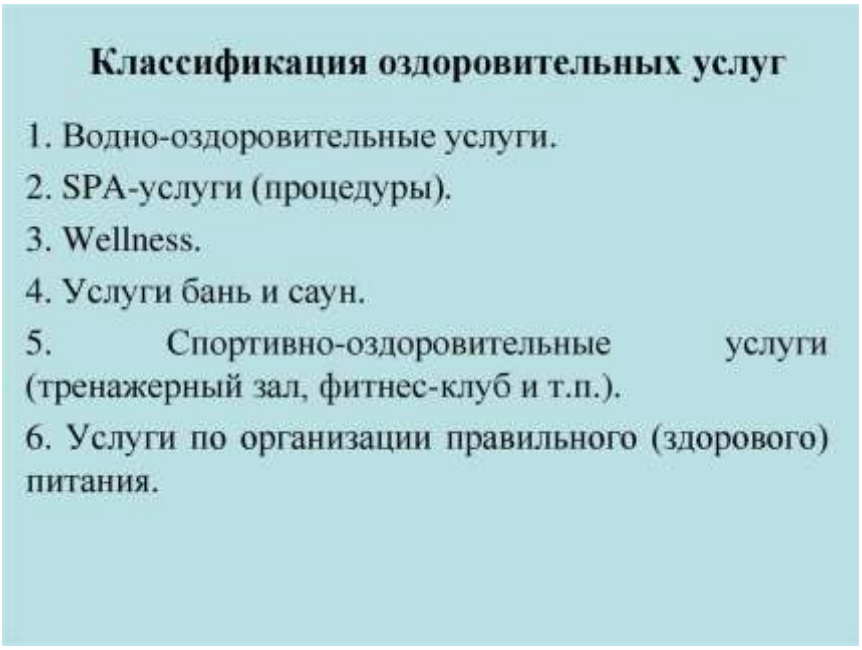
Источник:https://ppt-online.org/191985

Тема 5.2. Службы предоставления дополнительных услуг



Источник:http://www.myshared.ru/slide/1354100/

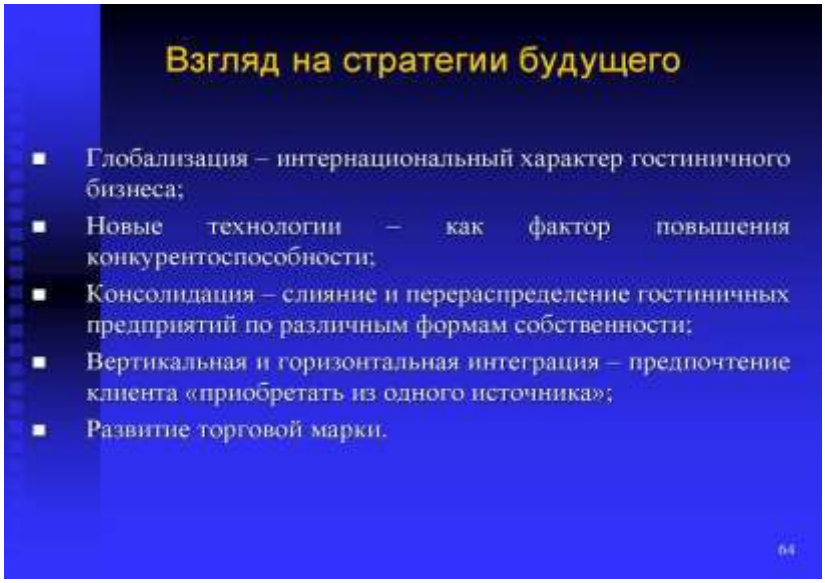
Источник:https://ppt-online.org/421321



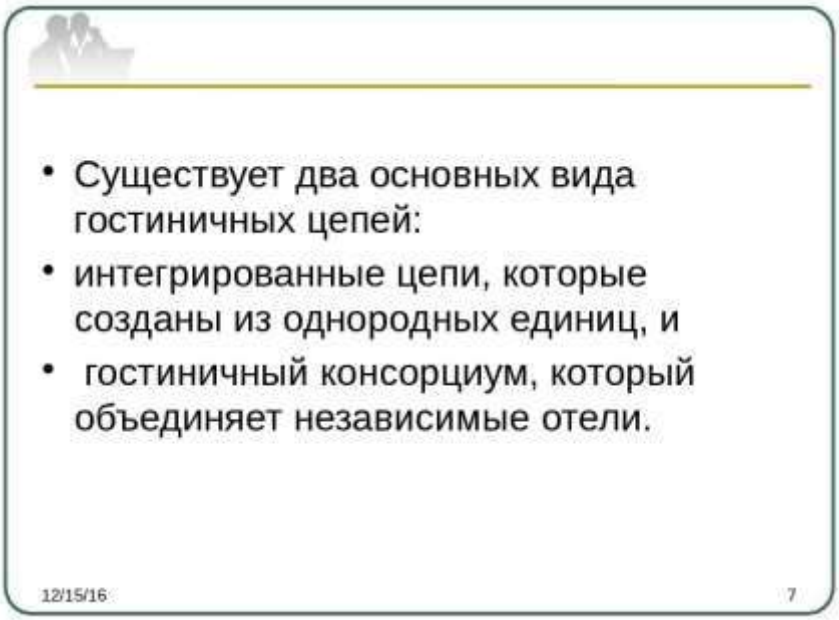
Источник: https://ppt-online.org/313544

РАЗДЕЛ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Тема 6.1. Гостиничный сервис в условиях глобализации



Источник:https://ppt-online.org/138953

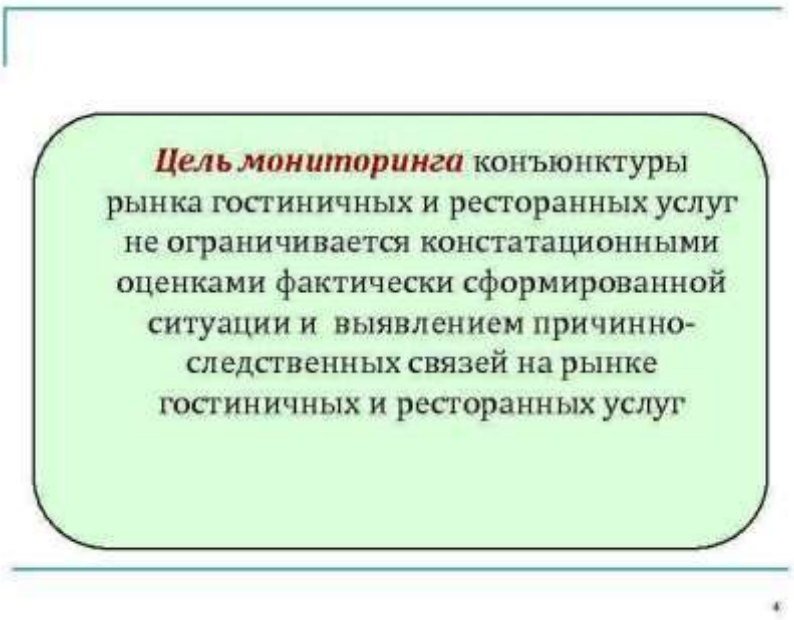


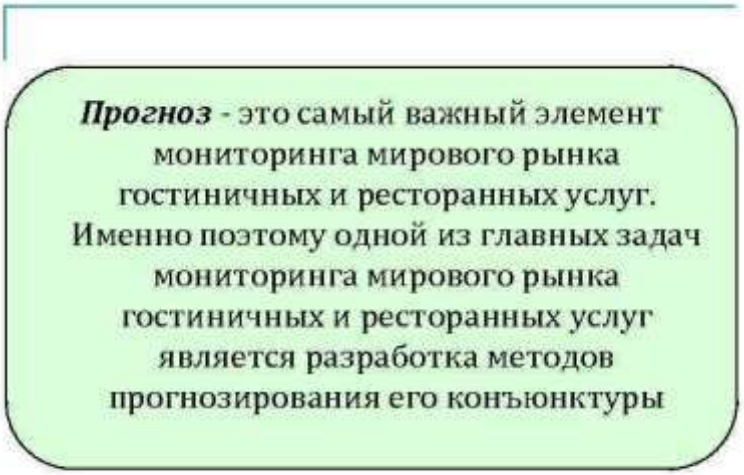
Источник:https://present5.com/mezhdunarodnye-i-rossijskie-gostinichnye-cepi-modeli-mezhdunarodnyx/

Компания-оператор	Страна, год основания	Количество номеров	Количество гостиниц	Количество отелей сети в России
Inter Continental Hotels Group	Великобритания, 2003	658 348	4 480	13
Hilton Worldwide	США, 1919	653 238	3 943	8
Marriott International	США, 1927	617 837	3 537	13
Wyndham Hotel Group	США, 1981	613 126	7 205	3
Accor	Франция, 1967	531 714	4 426	19
Choice Hotels International	США, 1940	502 460	6 023	–
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	США, 1969	315 346	1 077	5
Best Western International	США, 1946	311 598	4 078	2
Home Inns (+Motel 168)	Китай, н/д	176 562	1 426	–
Carlson Rezidor Hotel Group	США, 2000	165 802	1 077	10
Global Hyatt Corp.	США, 1957	134 296	831	4
Golden Tulip Hospitality Group	Нидерланды, 1962	75 300	780	18
Kempinski	Германия, 1897	19 165	80	4
Swissôtel Hotels & Resorts	Швейцария, 1980	13 000	30	4
Azimut Hotels Company	Россия, 2004	9 000	22	22
Amaks Hotels & Resorts	Россия, 2004	6 000	27	25
Heliopark Hotels & Resorts	Россия, 2000	2 500	17	12

Источник:https://iknigi.net/avtor-albina-chaplina/171791-strategicheskoe-razvitie-predpriyatiy-gostinichnyh-uslug-na-osnove-reputacionnogo-potenciala-albina-chaplina/read/page-1.html

Тема 6.2. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг





Источник:https://present5.com/n-monitoring-mirovogo-rynka-gostinichnyx-i-restorannyx-uslug/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков

(компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской

работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет,

систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1.1 Гостеприимство как социально-культурный феномен

3.Цели занятия.

- сформировать понимание об основных понятиях и определении индустрии гостеприимства;
- изучить предмет, методы и задачи дисциплины;
- раскрыть сущность индустрии гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Предмет, методы и задачи изучения дисциплины	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Сущность индустрии гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Роль специалистов в индустрии гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Индустрия гостеприимства — это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям.

Понятие «индустрия гостеприимства» является более широким, чем понятие «индустрия туризма». В основе этих двух сфер деятельности лежит понятие «гостеприимство», т. е. щедрость и дружелюбие по отношению к гостям.

Гостеприимство означает радушие по отношению к гостям, или любезный прием гостей. Другими словами, данное понятие можно объяснить как производство услуг с проявлением персонального внимания по отношению к туристу и способность чувствовать его пожелания и потребности. Индустрия гостеприимства и заключается в том, чтобы предоставить туристу как потенциальному потребителю домашний уют и создать ту обстановку, которая бы отвечала всем запросам и требованиям клиента.

На сегодняшний день индустрия гостеприимства — это одна из крупных и быстро развивающихся систем сектора экономики. В любом гостиничном предприятии важное место отведено гостеприимству.

Как и любая другая сфера экономики, индустрия гостеприимства нуждается в определенной структуре и целостности, которые обеспечивали бы ее конкурентоспособность.

В структуру индустрии гостеприимства входят:

1) предприятия общественного питания;

2) транспортные услуги;

3) культурно-развлекательные услуги.

Большое внимание уделяется вопросу привлечения клиентов со стороны других предприятий. Это связано прежде всего со свойствами услуги как товара. Услуга неосязаема и нематериальна. Процесс реализации услуги зависит от процесса ее производства. По этой причине качество услуг находится в непосредственной зависимости от эмоционального и психологического состояния потребителя, а также работы самого персонала.

Различные фирмы индустрии гостеприимства не могут использовать традиционные стратегии или методы продвижения услуг в отношении потребителей, так как ужесточение конкуренции приводит к необходимости разработки новых программ и генерированию идей по привлечению и удержанию клиентов.

В настоящее время существует определенная маркетинговая концепция управления туристическим бизнесом. Суть данной системы взглядов заключается в понятии «индустрия гостеприимства». Понятие «индустрия гостеприимства» является более широким, чем понятие «индустрия туризма». В основе этих двух сфер деятельности лежит понятие «гостеприимство», т. е. щедрость и дружелюбие по отношению к гостям.

Любые действия руководства — от принятия и поддержания тех или иных стандартов обслуживания до введения инновационных проектов — отражаются на работе персонала и выполнении поставленных перед ними задач. Принятие решения руководства отражается на составе персонала, который должен работать с полной отдачей, ведь, если не будет высокой работоспособности, руководство будет вынуждено отказаться от того или иного сотрудника.

Ответственность за гостеприимство персонала несет не только руководство, но и сам персонал, каждый работник, при этом одной из наиболее важных их обязанностей является поддержание благоприятной обстановки в отеле. Важно четкое и неукоснительное исполнение любых пожеланий и запросов гостей.

На практике индустрия гостеприимства сталкивается с негативными обстоятельствами, но остается одной из наиболее перспективных и прибыльных сфер экономики. Для того чтобы укрепить положение на рынке, предприятия индустрии должны совершенствоваться и изобретать все новые технологии и программы для привлечения клиентов, поскольку конкуренция между предприятиями индустрии гостеприимства существует не только в национальном, но и в международном масштабе.

В настоящее время происходит быстрое и стремительное развитие рынка гостиничных услуг.

Одним из ведущих туристических центров нашей страны, где наиболее развита индустрия гостеприимства, является г. Москва. Этот город подвергся достаточно сильному влиянию Европы, что привело к тому, что столица России стала самой дорогой по

предоставлению услуг в сфере гостиничного бизнеса и занимает первое место в списке самых дорогих городов мира по версии журнала «Forbes».

В гостиничном бизнесе г. Москва является не только российским, но и европейским лидером.

На российском рынке существуют самые известные международные гостиничные бренды. За последние 20 лет в Москве и Санкт-Петербурге появились гостиницы с мировыми именами — «Sheraton», «Marriott», «Corinthia», «Novotel», «Rocco Forte», «Kempiski» и многие другие.

Большое количество компаний исследует гостиничный рынок с целью расширения сети и гостиниц. Российские города, такие как Екатеринбург, Казань, Новосибирск, Омск, Самара, Уфа и многие другие, привлекательны в рамках перспективы развития гостиничного бизнеса.

В связи с повышением уровня гостиничного бизнеса в России возросли и требования к персоналу, работающему в данной сфере. Если ранее (в 1990-х гг.) в России на руководящие должности в индустрии гостеприимства предпочитали приглашать иностранных специалистов, то на сегодняшний день 85 % менеджеров с высоким уровнем знаний представлены российскими специалистами.

Следует отметить, что между российской и зарубежной школами менеджмента существует ряд значительных различий. Одним из самых главных отличий является трудовая отдача, которая у иностранных специалистов намного выше.

Существует также проблема обучения нового поколения представителей отечественного менеджмента, которая устраняется за счет получения зарубежного образования. В швейцарских школах менеджмента более 50 % студентов являются гражданами России.

Следует отметить, что идеальной модели управления гостиницами не существует, всегда имеют место определенные особенности в управлении гостиницами. Однако для удовлетворения потребностей клиентов специалисты должны следовать строгой управленческой иерархии.

В современных условиях система управления должна обладать такими чертами, как:

1) различные уровни управления;

2) подразделения, укомплектованные квалифицированными специалистами;

3) производство услуг и организация работы, направленные на удовлетворение спроса потребителей.

Гостиничные предприятия имеют определенное внутреннее строение, в котором каждый специалист занимает определенное место. Более подробно внутренняя структура гостиничных предприятий будет рассматриваться в данном издании далее.

Следует помнить, что каждый специалист в гостиничном бизнесе занимает свое место и выполняет обязанности, предусмотренные должностной инструкцией, стремясь сделать предприятие, в котором он работает, самым прибыльным и известным в стране или мире. Слаженная работа специалистов отражается на конечном результате при обслуживании клиентов.

Источник:https://www.universalinternetlibrary.ru/book/47727/ogl.shtml

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие гостеприимства, как сферы деятельности.
2. Значение человеческого фактора в индустрии гостеприимства?
3. Знания и навыки, которые необходимы для работы в сфере гостеприимства?

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1.2 Зарождение и этапы развития гостеприимства

3.Цели занятия.

- изучить историческое развитие индустрии гостеприимства;
- изучить зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства за рубежом и в России.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Историческое развитие индустрии гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства за рубежом	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства в России	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Впервые индустрия гостеприимства появилась еще во времена Античности. Первое документальное подтверждение существования индустрии гостеприимства зафиксировано в эпоху Древней Греции и Древнего Рима.

Одним из документов, подтверждающих существование индустрии гостеприимства в древних государствах, является Кодекс вавилонского царя Хаммурапи. В названном акте упоминались таверны, которые пользовались сомнительной репутацией и выполняли иногда функции домов терпимости. В кодексе было закреплено, что владельцы таверн должны доносить на посетителей, если те задумали совершить преступление против государя. Состав посетителей был крайне разнообразен и специфичен.

В Древней Греции также существовали таверны, которые играли достаточно важную роль в жизни общества, так как они были важной составной частью религиозной и социальной жизни населения. В тавернах хоть и имелись места для ночлега, но они предназначались для общественного питания. Развитие торговли предполагало необходимость для путников ночлега, поэтому появились предприятия другого типа — постоялые дворы.

Наиболее разветвленная сеть постоялых домов имелась в Древнем Риме.

Строительство римлянами постоялых домов положило начало созданию и формированию сферы гостеприимства.

Расположение постоялых домов в Риме было продумано. Они строились на расстоянии 25 миль друг от друга, чтобы путешественники и гонцы не слишком утомлялись в дороге, отдыхая в каждом из них. Однако воспользоваться постоялыми домами можно было только при наличии специального документа, подтверждающего статус посетителя. Подобные бумаги достаточно часто воровали в дороге и подделывали.

В период раннего Средневековья предоставлением услуг для обычных людей занимались религиозные учреждения. Путешествия совершали в основном миссионеры, священники и пилигримы, поэтому постоялые дома стали располагаться ближе к церквям и храмам.

В Англии постоялые дворы строились уже не для путешественников, а скорее для населения, употребляющего алкогольные напитки.

В Средние века количество постоялых домов постоянно увеличивалось, однако уровень оказываемых там услуг оставался низким. Ночевали постояльцы на матрацах или просто на полу. Питание тоже было достаточно скудным и однообразным. Чаще всего постояльцы питались тем, что привозили с собой или покупали у хозяина двора.

В сельской местности постоялые дворы были не так распространены. Чаще всего в селах находился один постоялый двор, обслуживающий всех приезжающих людей.

Более состоятельные люди на постоялых дворах не останавливались, а путешествовали в своем экипаже или верхом. Бедное население, совершающее такие поездки самостоятельно, в такие заведения не пускали.

Во всех постоялых дворах существовала четкая дифференциация по классовому признаку. Состоятельные гости обедали в столовой или у себя в комнате. Бедняки ели вместе с хозяином и его семьей. Им предоставляли простую еду, без изысков, за минимальную цену. Состоятельные люди могли заказывать себе все, что пожелают, могли заходить на кухню и наблюдать за приготовлением пищи. Стараясь угодить и понравиться состоятельному гостю, хозяин постоялого двора обычно предлагал ему нечто особенное из кухни, блюдо, которое славилось на всю округу. Цены на пищу также были различными.

Родоначальниками изысканной кухни среди европейцев были жители Италии. Ранняя буржуазия этой страны, занимавшаяся торговлей и ремеслом, способствовала становлению поварского искусства и развитию индустрии гостеприимства.

Примерно во второй половине XIV в. центр знаменитого кулинарного и гостеприимного искусства переместился из Италии в столицу Франции — Париж. Пищевая индустрия получала во Франции значительную государственную поддержку. Французские короли не жалели средств на вкусную пищу. У французского короля Карла V был личный повар Гийомо Тиреле, который в 1375 г. в единственном экземпляре написал первую поваренную книгу. Эта книга раскрывала большую часть секретов искусства кулинарии и гостеприимства. В книге говорилось, что французская кухня стремительно развивается и, следовательно, ее нужно кодифицировать, т. е. свести в специальные кодексы.

В Италии подобная книга появилась только спустя 100 лет, в 1470 г. Написана она была неизвестными монахами и носила название «Добродетельные удовольствия».

В 1508 г. в Англии первая поваренная книга была издана с помощью типографии.

В 1571 г. во Франции было разработано первое меню, позволяющее быстро выбирать блюдо и знать, из чего оно приготовлено. Меню предназначалось для двора короля Карла IX. Оно носило лишь эпизодический характер. Настоящее изысканное меню появилось спустя 100 лет, в XVII в., при дворе Людовика XIV в виде «заметок» с заказами блюд на дворцовой кухне. Королю подавался список блюд в единственном экземпляре. На званых вечерах у короля обслуживались сотни гостей, но там существовала дискриминация по социальному признаку. Гостям различных слоев общества подавались различные блюда, которые, естественно, отличались от королевских. Например, утренний завтрак мог состоять из десяти наборов блюд, которые подавались гостям разного социального статуса.

Санитарные условия на кухне были плохими: продукты загромождали все полки и часто падали на пол. Домашние животные находились рядом с упавшими продуктами, а помощники суетились и мешали друг другу. Повара имели смутное представление о гигиене, и поэтому различные инфекционные заболевания с легкостью передавались от одного человека к другому.

Любая трапеза начиналась с приготовления различных блюд, сервировки стола, но, как правило, блюда потреблялись без особых церемоний. Вместо вилок люди пользовались

руками. Королева Екатерина Медичи пыталась приучить королевский двор есть вилками, но они вошли в обиход только через 200 лет.

В XII−XIII вв. на Руси появились первые прототипы современных гостиниц — постоялые дворы. Любой путешественник мог получить там питание и приют, но постоялый двор не отличался особым комфортом. Здесь оказывались услуги по размещению лошадей и транспортных средств путешественников. В XV в. постоялые дворы создавались на почтовых станциях, расположенных недалеко друг от друга. Кроме питания и размещения, оказывался дополнительный набор услуг, выполняемый ямщиками. Они держали лошадей и перевозили «по государевому указу» всех, кто имел специальный документ.

Постоялые дворы просуществовали долгое время, вплоть до середины XIX в.

Развитие железных дорог приостановило строительство постоялых дворов. Развитие автомобильной промышленности вызвало необходимость появления гостиниц, расположенных вдоль дорог — мотелей.

В русских городах был распространен и такой вид гостиниц, как гостиные дворы. Они отличались от постоялых дворов тем, что, помимо услуг питания и размещения, включали возможность совершения коммерческих сделок и операций, т. е. в гостиных дворах существовали меблированные комнаты, лавки и торговые ряды. Также гостиные дворы предназначались для того, чтобы складировать товары, торговать ими, так как купцам не разрешалось заниматься этим в собственных домах. Этот запрет распространялся на всех купцов и был снят лишь в XVIII в.

Впервые гостиные дворы появились в Великом Новгороде в XII в. Размещение гостей происходило по национальному признаку. Новгород в XII−XV вв. славился своими готскими, немецкими, датскими гостиными дворами. В Москве существовали английские, греческие, немецкие, персидские и армянские дворы.

Деятельность гостиных дворов в средневековой Руси регламентировалась специальными правилами, которые назывались «скрой». Упоминание о первых правилах предоставления гостиничных услуг датировано XII в. Эти правила включали в себя порядок установления взаимоотношений жителей двора с местным населением. Особое внимание уделялось вопросам обеспечения безопасности жизни, имущества и жилища. Большая часть статей новгородских гостиных правил была посвящена именно этим вопросам.

Витебск, Гродно, Брест, Слоним и другие белорусские города были известны появлением гостиных дворов в XIII в. Существовали личные гостиные дворы, которые были построены в Брянске, Вязьме, Москве в XV−XVI вв. непосредственно для белорусских купцов.

В XVIII в. предприятия гостеприимства получили широкое развитие в Соединенных Штатах Америки. В 1607 г. здесь появился первый постоялый двор. В 1634 г. в Бостоне была открыта одна из первых таверн. С тех пор таверны стали центрами общественной жизни, местами отдыха для солдат и предпринимателей. Таверны успешно развивались на перекрестах и в центре городов. Европейские переселенцы, пришедшие на Американский континент, принесли с собой опыт строительства и управления постоялыми дворами и тавернами. Американские постоялые дворы практически копировали европейский тип организации услуг гостеприимства, потому что он считался лучшим. Архитектура, расположение, обслуживание в постоялых дворах и тавернах во многом повторяли европейский стиль, например при размещении клиентов отсутствовал признак дискриминации. Американские таверны с самого начала своего существования имели коммерческую направленность, т. е. создавались с целью извлечения прибыли. Американские таверны отражают не только уровень гостеприимства, но и образ жизни страны в целом.

В поселении Боулинг-Грин таверна, носившая название «Kreiger's Tavern» во времена Американской революции была штабом английского генерала Томаса Гейджа, а таверна «Fraunces Tavern» — штабом генерала Джорджа Вашингтона. Это заведение действует до сих пор. Таким образом, американские таверны являлись центрами общественной и политической жизни.

Основателем современного ресторана считается француз М. Буланже, открывший на улице Баель таверну, работавшую и ночью. Главным подаваемым блюдом был суп, который обладал такими целебными свойствами, как укрепление и восстановление организма. Этот суп носил название «restorantes», что в переводе с французского языка означает «укрепление и восстановление». Но Буланже не хотел ограничивать свое меню только супом. В 1767 г. он создал свой знаменитый суп из баранины в белом (винном) соусе. К 1794 г. в Париже было 500 ресторанов.

В течение долгого времени знаменитые заведения «Delmonico» были первыми в списке аристократических ресторанов Соединенных Штатов. В сети ресторанов «Delmonico» была популярна швейцарско-французская кухня. Одному из владельцев ресторанов, Джону Дельмонико, принадлежит полезное изобретение. Он заметил, что посетителям трудно читать меню, которое было напечатано на французском языке. Дельмонико заплатил 100 долларов переводчику Роберту Гринхау, чтобы тот перевел меню на английский язык. Отсюда берет свое начало двуязычное меню, в котором названия блюд на французском и английском языках находились друг против друга. Эта традиция прижилась и с годами получила широкое распространение в таких отелях, как «Palmer House» в Чикаго, «St. Charles и St. Louis» в Новом Орлеане, «Planter's Hotel» в Сент-Луисе.

К началу 1852 г. каждый фешенебельный отель имел своего шеф-повара. Фред Харвей открыл свой первый ресторан в 1876 г. Он находился на втором этаже вокзала г. Топика и был известен вкусной пищей, чистотой скатертей и вежливым обслуживанием. Бизнес Харвея успешно развивался. В том же году он открыл свою первую гостиницу.

С 1880 по 1890 гг. Харвей создал сеть придорожных гостиниц. Их особенность состояла в высоком уровне гостеприимства, включающего благоприятные условия проживания, обеды из семи блюд и услужливых официантов.

Во второй половине XIX в. под меню подразумевался перечень закусок и различных блюд, которые предназначались для всех слоев населения. Таким образом, появилось меню «а-ля карт», когда клиент имел право выбирать блюдо из предложенного списка. XIX в. стал временем, когда индустрия гостеприимства получила свое наибольшее развитие.

В период XVIII−XIX вв. в России открываются новые гостиницы, растет количество городов, что вызвано расширением торговых связей и ростом промышленного производства. В 1818 г. в Москве насчитывалось семь гостиниц, а в Санкт-Петербурге в 1900 г. — 325

Особенностью российской индустрии гостеприимства было существование чайных заведений. Они появились в XIX в. при Александре II в Тверской губернии. В Петербурге первая чайная была открыта 28 августа 1882 г. Чайные заведения были поставлены в особые условия функционирования: для них была установлена минимальная арендная плата, очень низкая ставка налога. Чайные открывались с пяти часов утра. Этот тип заведений распространился по другим городам и быстро завоевывал популярность.

XIX и начало XX вв. оставили заметный след в истории развития индустрии гостеприимства в России. В этот момент были построены известные гостиничные предприятия, некоторые из них продолжают функционировать и в настоящее время. Следует обратить внимание на то, что в основном они соответствовали европейским образцам архитектуры, гостеприимства и интерьера. Так, в 1911−1912 гг. по проекту архитектора Ф.И. Лидваля была построена гостиница «Астория», считавшаяся в то время лучшей гостиницей в Санкт-Петербурге. При ней был открыт ресторан с французской кухней.

К концу XIX в. в Москве были известны и популярны такие гостиницы, как «Дрезден», «Париж», «Англия», «Германия», «Север», «Гранд-отель», «Европа», «Берлин». В первые годы XX в. в Москве были построены гостиницы высочайшего класса — «Метрополь» (1904 г. по проекту архитектора В. Валькотта с участием Л.Н. Кекушева и А.Е. Эрихсона), «Боярский двор» (1901 г., архитектор Ф.О. Шехтель), «Националь» (1902 г., архитектор А.В. Иванов).

В 1910 г. в России насчитывалось более 5000 гостиниц. Они принадлежали частным лицам и считались коммерческими предприятиями.

После революции большая часть гостиничного фонда была национализирована. Гостиница «Астория» в Санкт-Петербурге стала местом размещения Петроградского совета рабочих и крестьянских депутатов, в гостинице «Националь» в Москве расположилось правительство. Новая власть не стремилась развивать рыночные отношения, а доходы от гостиничной индустрии направлялись на развитие тяжелой промышленности.

Гостиницы, построенные в советский период, были недостаточно благоустроенными. Мебель была низкого качества, помещения освещались плохо. Большая часть номеров не соответствовала санитарным условиям. Единых тарифов на услуги гостиниц до этого не было. В 1934 г. был разработан и утвержден типовой устав гостиничного треста местного совета. Гостиничный трест был самостоятельной хозяйственной единицей и действовал на принципах хозяйственного расчета. Согласно этому уставу гостиница являлась юридическим лицом, отвечала по всем обязательствам в пределах того имущества, которым она владела и на которое могло бы быть обращено взыскание.

Таким образом происхождение и становление гостиничного бизнеса можно разделить на четыре основные этапа:

1) до начала XIX в. – предыстория гостиничного дела – первый этап;

2) начало XIX – начало XX вв. – появление различных предприятий в области гостиничных услуг – второй этап;

3) начало XX в. – середина XX в. – рост количества предприятий в сфере сервиса, повышение качества оказываемых услуг – третий этап;

4) с середины XX в. и до настоящего времени – формирование индустрии гостеприимства – четвертый этап.

Источник:http://www.redov.ru/nauchnaja_literatura_prochee/osnovy_industrii_gostepriimstva/p3.php

Вопросы к обсуждению:

1. Как развитие гостиничного дела повлияло на путешествия в эпоху Средневековья?
2. Назовите мотивы путешествий людей в древности.
3. Как назывались первые прототипы современных гостиниц в В XII−XIII вв. на Руси?

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Тема 2.1 Международные и отечественные классификации гостиниц и номеров

3.Цели занятия.

- изучить международнуюклассификацию средств размещения;
- изучить классификация гостиниц в Российской Федерации;
- изучить особенности классификации гостиниц за рубежом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Международная классификация средств размещения	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
2	Особенности классификация гостиниц за рубежом	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Классификация гостиниц по уровню обслуживания в России	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Единой классификации в мире не существует. Однако, в 1989 г. ВТО (ЮНВТО) выпустило документ «Межрегиональная гармонизация критериев гостиничной классификации», которая носит основополагающий характер и может рассматриваться как международный стандарт. Введению единой классификации в мире препятствует ряд факторов, связанных с культурно-историческим развитием государств, осуществляющих туристскую деятельность, их национальными особенностями, различиями в критериях оценки качества обслуживания. Система классификации - это добровольная процедура. Но в настоящее время государственная система оценки зарекомендовала себя с положительной стороны, так как способствует повышению конкурентоспособности гостиничного предприятия и ведет к увеличению его загрузки и доходов. Гостиницы классифицируют по разным признакам, например в зависимости от размера помещения или его вида, от уровня комфортности, количества предоставляемых услуг и других факторов. Классификация позволяет клиенту выбрать по своим потребностям гостиницу, которая бы соответствовала по качеству сервиса и инфраструктуре.

Гостиницы различаются по таким основаниям, как:

1) форма собственности;
2) цена номера;
3) месторасположение;
4) комфортность;
5) вместимость;
6) продолжительность работы;
7) питание;
8) продолжительность пребывания;
9) функциональное назначение;
10) тип конструкции гостиничного сооружения;
11) средства размещения.

В зависимости от формы собственности выделяют следующие гостиницы:

1) находящиеся в муниципальной собственности;
2) находящиеся в частной собственности;
3) ведомственные;
4) смешанной собственности;
5) принадлежащие общественным организациям;
6)созданные с привлечением иностранного капитала.

В зависимости от цены за номер можно выделить гостиницы:

1) бюджетные;
2) эконом-класса;
3) средние;
4) первоклассные;

5) апартаментные;

6) фешенебельные.

Классификация гостиниц по месторасположению:

1) находящиеся в пределах города;

2) находящиеся на побережье моря (удаленность от моря играет большую роль);

3) находящиеся в горах.

Классификация гостиничных предприятий по уровню комфорта

1) общая характеристика всех имеющихся номеров (площадь номеров, количество одноместных, многокомнатных номеров);

2) техническое состояние мебели, инвентаря;

3) наличие и обстановка в ресторанах, кафе, барах;

4) архитектурное и техническое состояние зданий;

5) обустройство как гостиничной территории, так и прилегающей;

6) техническое оснащение номеров и всей гостиницы в целом;

7) дополнительные услуги.

В зависимости от вместимости выделяют гостиницы:

1) малых размеров (до 100 номеров);

2) средних размеров (от 100 до 300 номеров);

3) больших размеров (от 300 до 1000 номеров);

4) гигантских размеров (более 1000 номеров).

В зависимости от продолжительности работы гостиницы бывают:

1) круглогодичные;

2) двухсезонные;

3) односезонные.

В зависимости от предоставляемого питания выделяют:

1) полный пансион (размещение и трехразовое питание);

2) размещение и только завтрак.

В зависимости от функционального назначения:

1) целевые гостиницы, которые включают:

а) гостиницы делового назначения;

б) гостиницы для отдыха;

2) транзитные гостиницы, предназначенные для кратковременных остановок;

3) гостиницы, предназначенные для постоянного проживания гостей.

Руководствуясь стандартной классификацией средств размещения, можно выделить:

1) коллективные средства размещения - предприятие, которое имеет единый аппарат управления и постоянно предоставляет посетителям услуги по размещению и проживанию в номерах (число номеров обязательно должно быть более десяти);

2) индивидуальные средства размещения, к которым относятся квартиры, комнаты в квартирах, дома, сдаваемые в аренду. Коллективные средства размещения подразделяются на два больших подвида:

1) предприятия гостиничного типа - здания, в которых количество номеров превышает 100. У предприятий гостиничного типа имеются следующие существенные различия:

а) размер (меньше 100 номеров, от 100 до 300 номеров, свыше 300 номеров);

б) отели класса люкс, отели первого класса и отели эконом-класса в зависимости от уровня и качества обслуживания;

в) тип управления;

2) специализированные предприятия - объекты, специализирующиеся не просто на размещении клиентов, а выполняющие еще какую-либо другую специализированную функцию.

Самыми распространенными классификациями являются:

- система звезд, применяемая во Франции, в Австрии, Венгрии, Египте, Китае, России и ряде других стран, участвующих в международном туристском обмене;

- система букв, используемая в Греции;

- система «корон» или «ключей», характерная для Великобритании; и система разрядов и др.

Наиболее распространенной является классификация, в соответствии с которой все гостиницы в зависимости от комфортабельности делятся на категории, условно обозначаемые звездами.

Гостиницы высших категорий - четырех- и пятизвездочные - имеют более просторные номера, высококачественную мебель и оборудование, а также большой набор предоставляемых услуг, чем в гостиницах двух- и трехзвездочных категорий.

В Греции пользуется популярностью буквенная система классификации, хотя на фасадах отелей можно увидеть и привычные звезды. Все греческие гостиницы делятся на четыре категории: A, B, C, D. Гостиницы категории А соответствуют четырехзвездному уровню, В - трехзвездному, С - двухзвездному.

Гостиницам высшей категории в Греции нередко присуждается категория «de Luxe».

Классификация английских гостиниц достаточно сложна. Как правило, на фасаде отелей изображены не звезды, а короны. Чтобы перевести категорию гостиницы с «языка корон» «на звездный», необходимо от общего числа корон отнять одну [10, С. 120].

Но наиболее правильной считается классификация, предложенная Ассоциацией британских турагентств - British Travel Authority (BTA):

- бюджетные гостиницы (1 звезда) Расположены в центральной части города и имеют минимум удобств;

- гостиницы туристского класса (2 звезды). Располагают баром и рестораном;

- гостиницы среднего класса (3 звезды). Уровень обслуживания достаточно высок;

- гостиницы первого класса (4 звезды). Очень высокое качество проживания и отличный уровень обслуживания;

- гостиницы высшей категории (5 звезд). Уровень обслуживания и проживания экстракласса.

Классификация итальянских гостиниц достаточно запутанная, официальной «звездной» шкалы в стране нет. Гостиничная база Италии представлена 40 тыс. гостиниц, разбросанных по всей стране. Согласно принятым в Италии нормам, гостиницы дифференцируются по трем категориям:

Первую категорию можно условно отнести к четырехзвездной; вторую категорию - к трехзвездной, третью категорию- к двухзвездной.

К наиболее отличительным особенностях итальянских гостиниц следует отнести их небольшие размеры (50-80 номеров).

В Испании также существует градация средств размещения по категориям:

- гостиницы - пяти категорий от 1 до 5 звезд;

- дома гостиничного типа, бунгало, апартаменты и др. - от 1 до 4 звезд;

- постоялые дворы - от 1 до 3 звезд;

- пансионы - трех категорий.

Кроме того, в Испании существуют государственные предприятия приема туристов, находящиеся в подчинении у Государственного министерства по туризму. К ним относятся старые крепости, замки, дворцы, которые оборудованы как отели «люкс».

Источник:https://www.yaneuch.ru/cat_68/rossijskaya-i-zarubezhnaya-klassifikaciya-gostinic/271737.2268927.page2.html

В Российской Федерации гостиницы классифицируются по системе, предусматривающей шесть категорий: «пять звёзд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «без звёзд». В Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г.

N 1860 "Об утверждении Положения о классификации гостиниц" определено - какой набор услуг для клиента подразумевает каждая категория, а также требования о доведении до потребителей информации о присвоенной гостинице категории, включая требования к размещению, содержанию и форме информационного знака о присвоенной категории.

Действие данного Положения распространяется на следующие виды гостиниц:

а) городская гостиница (отель) - вид гостиниц, расположенных в городе, не обладающих признаками гостиниц.

б) гостиница, расположенная в здании, являющемся объектом культурного наследия, и (или) выявленным объектом культурного наследия, и (или) объектом, составляющим предмет охраны исторического поселения.

в) курортный отель, дом отдыха, центр отдыха, пансионат - вид гостиниц, которые расположены в лечебно-оздоровительных местностях или на курортах, оказывающих помимо гостиничных услуг комплекс дополнительных услуг оздоровительного характера, в том числе с использованием лечебных природных ресурсов;

г) апарт-отель - вид гостиниц, номерной фонд которых состоит из номеров категорий "студия" и "апартамент";

д) комплекс апартаментов - вид гостиниц, расположенных в одном или нескольких зданиях (корпусах, строениях), объединенных одной территорией, или в части здания, с номерным фондом, состоящим из номеров различных категорий с кухонным оборудованием и санузлом (душ и (или) ванная, туалет);

е) мотель - вид гостиниц, размещенных в границах полосы отвода автомобильной дороги или придорожных полос автомобильных дорог, с автостоянкой, вход в номера которых может быть осуществлен с улицы (с места парковки автомобиля);

ж) хостел - вид гостиниц, включающих в себя номера различных категорий, в том числе многоместные номера (но не более 12 мест в одном номере), с возможностью предоставления проживающим как номера целиком, так и отдельных мест, помещения для совместного использования гостями (гостиные, холлы, комнаты для приема пищи и т.п.), общая суммарная площадь которых составляет не менее 25 процентов общей суммарной площади номеров, санитарные объекты, расположенные, как правило, за пределами номера, и предоставляющих услуги питания с ограниченным выбором блюд и (или) кухонное оборудование, а также по возможности дополнительные услуги;

з) загородный отель, туристская база, база отдыха, гостиничные номера при визит-центре - вид гостиниц, расположенных в сельской местности, в горной местности, в лесу (в том числе на земельных участках в пределах особо охраняемых природных территорий и охранных зон особо охраняемых природных территорий в соответствии с законодательством Российской Федерации об особо охраняемых природных территориях (далее - земельные участки особо охраняемых природных территорий), на берегу водоема, не относящихся к лечебно-оздоровительным местностям или курортам.

Таким образом, для каждой страны характерна своя классификация гостиниц и гостиницы, относящиеся к одной категории, но расположенные в разных странах, имеют существенные различия.

Источник:https://base.garant.ru/74957806/

Вопросы к обсуждению:

1. Система квалификации гостиничных предприятий в РФ
2. Какие распространенные квалификации гостиниц вы можете назвать, кроме звездной?
3. В зависимости от функционального назначения, какие гостиницы бывают?
4. Для какого государства характерна система «корон» или «ключей»?

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ
Тема 2.2 Специализированные и альтернативные средства размещения
3.Цели занятия.
- рассмотреть специализированные средства размещения;
- рассмотреть альтернативные средства размещения;
- изучить особенности различных средств размещений.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Альтернативные средства размещения	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Специализированные средства размещения	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Особенности бизнес-отелей, курортных гостиниц	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

К альтернативным средствами размещения относятся:
1)Хостел

Проживание в хостелах — относительно молодое явление в туризме, появившееся в XX веке и получившее в последние годы широкое распространение, прежде всего в Западной Европе и Америке. Особой популярностью хостелы из-за своих дешевых цен пользуются у молодежи — зачастую студентов, не имеющих достаточных средств для ночевок в обычных отелях. Суть хостелов можно описать такой формулой: минус комфорт, плюс дешевизна. В хостелах в одной комнате может жить до 10 (а иногда и больше) незнакомых друг другу человек, которым придется пользоваться общими туалетами, душевыми и кухней — отдельных нет. Первые хостелы представляли собой студенческие общежития или школы, сдававшиеся на время каникул. До сих пор многие хостелы находятся в зданиях бывших школ и общежитий.

Часто в хостелах завтрак либо включен в стоимость, либо предлагается за отдельную плату. В любом случае, наличие общих микроволновой печи и холодильника для продуктов обязательно. Также и горячая и холодная вода всегда наличествует. Стоит принять во внимание тот факт, что в хостелах действуют гораздо более строгие правила, в отличие от стандартных отелей. Так, кое-где нельзя курить, в других — приходить, например, после 12 ночи, или же наоборот — оставаться после 11 утра, на время тщательной уборки помещений.

Часто бывает так, что в некоторых хостелах комнаты разделены по половому признаку, в то время как в других и мужчины, и женщины ночуют в одном помещении. «Checkin и checkout» осуществляются примерно в 11–13 часов дня и 17–23 часов вечера.

Недостатка в хостелах западные страны не испытывают — на данный момент в более чем 60 странах расположено приблизительно 4 500 хостелов. Другое дело, что в России хостел-движение пока далеко не так распространено, как в странах Европы, таких как Голландия, Чехия, Венгрия и другие.

Цена таких средств размещения в среднем составляет примерно 10 евро за ночь (при этом она может достаточно сильно варьироваться в зависимости от страны и города). Так, в Амстердаме можно найти хостелы с очень разными ценами — от 300–400 и до полутора тысяч рублей за ночь. В Петербурге цены примерно такие же, но количество хостелов значительно меньше.

Хостелы бывают весьма оригинальны — так, некоторые из них, например, хостел «Ланхольмс» в Стокгольме или «Селика» в Любляне занимают здания бывших тюрем. Есть и так называемые эко-хостелы, например на Гавайях и в Сингапуре.

2)Апартаменты

Еще одной отличной возможностью отдохнуть, не прибегая к услугам, возможно, наскучивших уже отелей — это аренда апартаментов. Такой вид проживания пользуется огромной популярностью в европейских странах, прежде всего в Испании, Болгарии, Хорватии, Черногории и Греции. Апартаменты представляют собой квартиры для летнего отдыха, представляющееся в аренду туристам из разных стран на время каникул. Не стоит путать апартаменты с номерами в апарт-отелях — последние располагаются в гостиницах, а не в обыкновенных жилых домах.

Апартаменты имеют все необходимое оборудование, что приближает отдых в них к домашним условиям: это и кухня со всеми нужными принадлежностями, ванная (возможно не одна), бытовая техника (холодильник, посудомоечная машина, стиральная машина, микроволновая печь, кондиционер, телевизор), достаточное количество домашней мебели, постельное белье и т. п. Таким образом, апартаменты обеспечивают своим постояльцам полноценный отдых, условия которого максимально приближены к домашним.

Помимо всего прочего, не редкость и наличие бассейна, парковки, террасы с великолепным видом на море, так как апартаменты зачастую расположены в курортных зонах поблизости от морского побережья.

Размещение в апартаментах имеет массу плюсов в сравнении с проживанием в обычных отелях. То, что сперва может показаться минусом, например самостоятельная готовка, на самом деле является неплохим преимуществом, ведь в таком случае отдыхающий имеет прекрасную возможность питаться не стандартной гостиничной пищей, а домашней едой, а также исследовать местную кухню. Но это, конечно, дело вкуса.

3)Гестхаусы

Гестхаусы, или гостевые дома, — термин, сформировавшийся относительно недавно. Гестхаусы представляют собой бюджетный, напоминающий дешевые отели «BedandBreakfast», вариант проживания для туристов, желающих экономично и спокойно провести свой отпуск. Главными сосредоточениями гестхаусов следует считать экзотические страны и направления — Гоа, Бали, Таиланд, страны Карибского бассейна. Также гостевые дома не являются редкостью и на черноморском побережье России. В Европе же традиции мини-отелей, хостелов и апартаментов значительно сильней.

Проживание в гестхаусах во многом отличается от размещения в обычных гостиницах. Условия, в которых предстоит жить постояльцам, более скромные и спартанские, чем, скажем, в отелях 3-х звезд, однако все это компенсируется недорогими ценами. При этом минимум необходимой мебели и бытовой техники в гестхаусах есть. Кроме того, являясь частным домовладением, которое хозяева сдают в аренду, постояльцы гестхаусов получают к тому же более домашнюю обстановку и самостоятельность. То есть не стоит ждать завтрака или ужина по расписанию и большого количества персонала. С другой стороны, вследствие последнего фактора во многие гестхаусы не получится въехать после полуночи, когда они закрываются, а размещение часто происходит по простой договоренности с домовладельцем.

Гестхаусы по большей части представляют собой двух-трех этажные здания с небольшим количеством свободной внутренней площади и прилегающей территории. Количество комнат в среднем составляет примерно 20–30 штук.

Обычно домовладелец сам проживает в том же доме, квартиры в котором и сдает. Являясь хозяином домовладения, он сам устанавливает порядки в гестхаусе. Данный тип размещения не находится под контролем государства, как отели, и, следовательно, не может иметь никакой классификации, будь то звездная или балльная, а также с них не требуют четкого соблюдения санитарно-эпидемиологических норм и больших налоговых отчислений.

Однако вследствие этих особенностей прибыль домовладельцев возрастает, что позволяет многим из них тратить большие деньги на модернизацию своих гестхаусов.

4)Аренда вилл, коттеджей и шале

Один из самых роскошных и недешевых видов отдыха за границей — это аренда настоящего коттеджа, виллы или даже шале. В настоящий день сделать это можно во множестве стран мира — как в популярных европейских туристических центрах, так и в экзотических тропических странах. Наибольшим спросом пользуются виллы в таких европейских государствах, как Испания, Италия и Франция. Во Франции традиционным местом отдыха является Лазурный берег, славящийся своей изысканностью и престижем, однако в последнее время набирает популярность и атлантическое побережье страны. В Италии таким местом можно назвать остров Сардиния, а в Испании побережья Коста Брава, Костадель Соль, Канарские и Балеарские острова.

Чаще всего виллы располагаются в живописных местах либо недалеко от морского побережья, либо просто вписаны в окружающий природный ансамбль — горы, озера и т. д. На территории практически всех вилл обязательно находится бассейн и сад. Определенной классификации вилл не существуют, так как все они обладают своей индивидуальностью и, что главное, своим хозяином. Так что, будучи частным жилищем, виллы находятся вне классификаций. Однако часто бывает так, что ради удобства клиентов, собирающихся арендовать дом, виллу оценивают по звездной шкале, основными критериями являются площадь дома и прилегающей территории, близость к морю (озеру, горам) и наполнение дома. Так, виллы, находящиеся на второй линии от моря, будут заметно дешевле тех, что построены на первой.

В каждой стране виллы несут свой национальный отпечаток и колорит. Виллы на Сардинии созданы в своеобразном деревенском стиле и отличаются внешней простотой дизайна и интерьера. В горных районах Франции и Швейцарии распространены шале — савойские дома с двускатной крышей, которые повсеместно используются как горнолыжные отели. Уютный и оригинальный интерьер шале станет прекрасным дополнением к отдыху в европейских горах. Оформляется шале изнутри различными породами деревьев и камней, в обязательном порядке присутствует камин.

Такой вариант проживания, как коттеджи, несильно отличается от вилл. Главным критерием в данном случае является площадь дома и прилегающего участка, также может быть чуть более скромный интерьер и оборудование. Однако, это лишь относительно вилл — апартаменты, например, в этих же компонентах коттеджам сильно проигрывают.

5) Лоджи

Особый тип размещения — это лоджи. Лоджи — типично африканское явление, они представляют собой небольшие отельи, располагающиеся на территориях Национальных парков и заповедников. Поэтому и клиентура у лоджей совершенно особая и узкая — это туристы, приехавшие на Черный континент на сафари или треккинг. Несмотря на свое «дикое» расположение, лоджи зачастую весьма комфортабельны и предоставляют своим постояльцам весь перечень услуг, что могут понадобиться во время многодневного сафари.

Лоджиуникальны по многим причинам. Подобных комплексов, включающих в себя отличный сервис, рестораны, бары, отдельные бунгало для туристов сочетающиеся с удивительной дикой природой больше не встретить нигде, так что быть постояльцем лоджей — это отдельное удовольствие. В большинстве лоджей имеются специальные площадки,

откуда посетители могут наблюдать за животными и наслаждаться живописными африканскими пейзажами. Кроме того, интерьеры лоджей обычно выполнены в экзотической, а потому и привлекательной африканской или колониальной стилистике.

Больше всего лоджей расположено в таких странах, как Кения, ЮАР, Ботсвана, Зимбабве и Танзания, издавна славящихся своей удивительной природой и множеством Национальных парков и заповедников, являющихся главными «аренами» сафари. Кроме того, в последнее время можно встретить информацию о лоджах в Южной Америке и Австралии с Новой Зеландией, суть которых фактически такая же, как и у традиционных африканских лоджей. Стоимость проживания в лоджах обычно включена в стоимость самого сафари, и назвать это удовольствие дешевым нельзя.

Специальные (Специализированные) средства размещения представляют собой:

• санатории;

• профилактории;

• дома отдыха;

• туристские приюты, стоянки и другие;

• туристские, спортивные базы, базы отдыха;

• дома охотника (рыбака);

• конгресс-центры;

• общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты);

• наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега;

• кемпинги (площадки для кемпинга, автофургонов).

Санато́рий- медицинское учреждение, в котором с лечебно-профилактическими целями используются преимущественно природные лечебные факторы (климат, минеральные воды и др.) в сочетании с физиотерапией, лечебной физкультурой и лечебным питанием, при соблюдении определенного режима, обеспечивающего полноценный отдых. Санатории организуются как на курортах, так и вне их — в пригородных зонах, в местностях с благоприятными ландшафтными и санитарно-гигиеническими условиями (местные санатории).

В зависимости от возрастного состава обслуживаемых больных различают санатории для взрослых, детей, подростков, для лечения родителей с детьми. Кроме того, существуют санатории для беременных. К учреждениям санаторного типа относятся также Санаторий-профилакторий и санаторный специализированный пионерский лагерь.

Санато́рий-профилакто́рий – это лечебно-профилактическое учреждение санаторного типа, предназначенное для проведения лечебной и оздоровительной работы среди рабочих и служащих, колхозников, студентов высших и учащихся средних специальных заведений и профессионально-технических училищ. Основными задачами С.-п являются укрепление здоровья трудящихся, формирование здорового образа жизни.

Дом Отдыха - учреждение с регламентированным режимом для отдыха практически здоровых людей в благоприятных климатических, ландшафтных и санитарно-гигиенических условиях.

Туристические приюты - это домики старой и новой деревенской постройки с печным. Это просторный, вновь построенный или переоборудованный дом деревенскогостиля. В домах имеются кровати, печное отопление, баня, туалет, мусорная яма.

Туристические стоянки - это оборудованные места (костровище со скамьями, запас дров, столсо скамьями, мусорная яма) для кратковременного и длительного отдыха посетителей. Туристические стоянки расположены вдоль водных маршрутов и пешеходных троп.

База отдыха — это обязательно собственные пляжи, спортивные площадки, кафе, дискотеки, комфортабельные номера, чистый воздух и отличное питание.

Источник:https://lektsii.com/2-14337.html

Особенности бизнес-отелей - специализированная гостиница для обслуживания бизнесменов.

Гостиницы бизнес класса рассчитаны на путешественников, деловых людей и всех, кому ежедневно необходим комфорт, быстрые коммуникации, удобное месторасположение и отзывчивый персонал с обязательным знанием иностранного языка.

Деловая клиентура представляет определенные требования к гостиницам. Основными из них являются:

· Местонахождение в центре города;

· Сочетание всех черт домашней обстановки с чертами офиса -полным набором услуг связи, оргтехники, компьютерной техники и т.д.;

· Гостиницы должны располагать удобной и надежной системой резервирования;

· Быстрое оформление по прибытии и въезде;

· Приемлемая цена;

· Удобные для клиента форма платежа с предоставлением копии счета для отчета перед компанией;

· Круглосуточное обслуживание в номерах идр.

Прежде всего при организации встреч и конгрессов гостиница должна обеспечить безопасность и приватность встреч.

Источник:https://vuzlit.com/406043/tipologiya_gostinits

Особенности курортных гостиниц. Курортные гостиницы - это небольшие и средние гостиничные предприятия, расположенные в местах с наиболее приятными и полезными природно-климатическими условиями: на побережьях морей и океанов, возле озер, рек, вблизи целебных источников, в горной местности. Специфичной характеристикой курортной гостиницы является то, что они занимают большие территории по сравнению с обычными гостиницами и имеют спортивные площадки, большие фойе, рестораны, места для отдыха.

Целью курортных гостиниц является размещение и обслуживание людей, стремящихся к отдыху и восстановлению здоровья. Популярным местом размещения курортов всегда были и остаются пляжи, горы, озера, то есть те территории, где предоставляется возможность для отдыха и лечения в благоприятных климатических и природных условиях, а также занятий спортом. Кроме того в таких гостиницах предусматриваются помещения лечебно - оздоровительного назначения в соответствии с основным профилем курорта возможна также организация диетпитания.

Курортные гостиницы имеют целый ряд помещений культурно- массового обслуживания (залы многофункционального назначения, холлы для отдыха, библиотеки, бильярдные, помещения для игр и др.), иногда помещения для отдыха и игр детей, а также помещения и сооружения спортивного назначения (плавательные и плескательные бассейны, спортзалы, спортплощадки и др.)

Источник:https://revolution.allbest.ru/sport/00724592_0.html

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите отличительные особенности курортных гостиниц
2. Какие средства размещения можно назвать альтернативными?
3. Что понимается под специализированными средствами размещения?

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 3.1 Базовые конфигурации гостиничных зданий и распределение площадей. Дизайн гостиничного интерьера

3.Цели занятия.

- ознакомиться с основными факторами, предопределяющими выбор площадей для размещения гостиничного комплекса;
- рассмотреть дизайны гостиничного интерьера;
- рассмотреть интерьер, как влияние на качество обслуживания.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Основные факторы, предопределяющие выбор площадей для размещения гостиничного комплекса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Дизайн гостиничного интерьера	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Влияние интерьера на уровень комфорта и качественные условия для обслуживания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Гостиничные комплексы представляют собой сложные, зачастую уникальные сооружения. Их размещение в планировочной структуре города является сложным и ответственным процессом. Выбор участка для размещения гостиничного комплекса предопределяется целым рядом факторов.

Основные факторы, предопределяющие выбор площадей для размещения гостиничного комплекса.

Градостроительные. Необходимая площадь территории с учетом специфики эксплуатации гостиничного комплекса и его емкости, оптимальные геометрические очертания участка, рациональное размещение с учетом транспортных коммуникаций и наличие хорошей связи с центром города, ж\д вокзалом, аэропортом.

Архитектурно-ландшафтные. Наличие природных компонентов на участке или на прилегающей территории: озеленения, водных поверхностей, рельефа и др.

Экологические. Комфортность территории: соответствие санитарно-гигиенических параметров среды нормативным требованиям (чистота воздушного бассейна, шум, инсоляция и т. п.).

Инженерно-экономические. Наличие городских инженерных коммуникаций: водопровод, канализация, электросеть, газ, возможность телефонизации, подключения к сети Интернет и телевидению, а также к существующим инженерным городским сетям с учетом их мощности и размещения.

Архитектурный проект – это часть градостроительной документации, содержащая архитектурные решения. Проект комплексно учитывает социальные, экономические,

функциональные, инженерные, технические, противопожарные, санитарно-гигиенические, экологические, архитектурно-художественные и иные требования к объекту.

Архитектура, внутренний дизайн и реклама диктуются основной концепцией предприятия, которая определяется спецификой работы гостиницы, ее профиля, назначения, количества и контингента туристов. Так, для отелей высокого класса, характерны помпезность и роскошь, бизнес-туристы отдают предпочтение простым и функциональным интерьерам.

Функциональная организация здания любого гостиничного комплекса, прежде всего, зависит от типа гостиницы и её вместимости.

Современная гостиница призвана создать комфортабельные условия для ночевки туриста и предоставить ему ряд дополнительных услуг. Здание гостиницы является многофункциональным сооружением и содержит технологически сложное оборудование. Строительство и реконструкция здания гостиницы требует крупных инвестиций.

Гостиничные комплексы представляют собой сложные, зачастую уникальные сооружения. Их размещение в планировочной структуре города является сложным и ответственным процессом. Выбор участка для размещения гостиничного комплекса предопределяется целым рядом факторов. Архитекторы добиваются рациональности сооружения, его максимального благоустройства и комфортабельности. Важно еще до начала разработки выбрать участок под строительство гостиницы, обеспечить его гармоничное сочетание с соседними зданиями»21. До начала работы рекомендуется наметить не менее двух возможных вариантов его расположения и собрать сведения о микроклимате, почвенно-грунтовых условиях, об условиях транспортных связей и подключения к инженерным сетям. В обязательном порядке проверяются: отсутствие предприятий, отходы которых загрязняют почву, воздух, качество основания с точки зрения сейсмичности.

Еще до создания базовой концепции или исследования рынка, до разработки технического задания тщательнейшим образом следует изучить инфраструктуру проектной площадки, то есть произвести оценку объекта и краткий обзор инфраструктуры. Вы должны иметь в виду:

- место предполагаемой застройки;
- доступ к объекту;
- какие организации, учреждения и т. п. располагаются в непосредственной близости;
- существующие лимиты строительства и его потенциалы;
- целесообразность использования существующих зданий и строений;
- ландшафт вокруг предполагаемого отеля и другие составляющие.

И только в том случае, если оценка объекта позитивна, можно приступать к разработке предварительной концепции.

Для эффективной планировочной организации различные помещения гостиницы группируют по функциональным признакам, позволяющим организовать между ними чёткие технологические взаимосвязи, отвечающие санитарно-гигиеническим и противопожарным требованиям, способствующие удобству эксплуатации гостиницы, а также повышающие комфорт проживания в ней

Источник:https://files.student-it.ru/previewfile/15945/7

Интерьер — это способ оформления внутреннего помещения. Так же как и весь проект в целом, интерьер гостиницы определяется ее специализацией.

Задумываться над концепцией будущего интерьера, как правило, начинают на начальном этапе строительства, когда идет формирование бюджета и рассчитывается примерная стоимость комплектации номерного фонда и общественных зон объекта. Можно сказать, что гостиничный интерьер важнее, чем внешняя архитектура, поскольку он формирует ощущение комфорта у потребителей.

Здание гостиницы представляет собой сложный комплекс помещений различного назначения, которые должны быть оснащены инженерно-техническим оборудованием, предметами мебели и обеспечивать клиенту максимальный уровень комфорта.

К основным принципам, которых желательно придерживаться при создании гостиничных интерьеров, относятся:

1) рационализм (соблюдение этого требования подразумевает создание многофункциональных помещений и использование предметов мебели — трансформеров);

2) экономичность (оформление внутреннего пространства должно быть экономически обосновано);

3) функциональность (определяет виды гостиничных помещений, их размеры и количество, связи между ними).

Придерживаясь этих требований к интерьеру, нельзя забывать о его эмоциональном и эстетическом воздействии на человека: используемые формы, размеры, цветовая гамма должны оказывать положительное влияние на клиента и поэтому обязательно учитываться разработчиками проекта. Очень часто при оформлении внутреннего пространства используют определенную тему, которая определяет шовные формы, цветовое решение, элементы отделки; так, многие сетевые гостиницы при создании своих интерьеров могут использовать в качестве основной темы элементы, соответствующие культуре страны, в которой они находятся.

Среди основных тенденций в современном гостиничном интерьере можно выделить следующие:

• обустройство внутренних помещений для обеспечения возможности общения большого количества людей;

• единое пространство разбито на функциональные зоны, плавно переходящие одна в другую;

• использование прозрачных конструкций и сочетания элементов живой и неживой природы;

• соотношение жилых и нежилых помещений различно в зависимости от типа и класса гостиниц: для гостиниц высших разрядов и бизнес-отелей площадь нежилых помещений увеличена;

• гостиницы включают в проекты большое количество площадей для рабочих встреч: помимо банкетных и конференц-залов, лобби также позволяет проводить небольшие рабочие встречи;

• изменения коснулись и предприятий питания, находящихся в гостинице: большой ресторан заменяется маленькими различной специализации, пространство ресторанов и точек по продаже блюд и напитков обычно сливается с лобби;

• все больше места в гостинице отводится под помещения для занятия спортом;

• изменения в обустройстве жилых помещений: гостиные и спальни становятся больше, площадь ванных комнат гоже увеличивается, номера становятся все более технически оснащенными. Приведем существующие стили дизайна для оформления интерьеров.

1. Эклектика. Стиль довольно утилитарен, так как позволяет максимально эффективно использовать предметы и пространство, что немаловажно для гостиничных номеров. Стиль эклектики сочетает различные стили и направления. Элементы разных стилей противостоят друг другу. Отличительной особенности: обилие текстиля, использование мебели смешанной стилистики, множество декоративных элементов. Очень часто интерьер в стиле эклектика достигается с помощью внесения элементов стиля арт-деко в классический или наоборот современный интерьер.

2. Классический стиль. Несмотря на большое количество модных тенденций и направлений в современном дизайне отели, как правило, останавливаются на классике, так как гостиничный бизнес довольно консервативен. Данный стиль олицетворяется с естественностью форм и простотой. Стилю классика удачно удается сочетать уют и деловую представительность, что положительно воспринимается большинством клиентов. К тому же классика апробирована временем, этот стиль всегда в моде, в отличие от современных модных направлений. Основная черта стиля — лаконичность, строгая гармония пропорций.

3. Модерн. Стиль модерн насчитывает более ста лет и в настоящее время также популярен, как и в начале XX в. Не стесненный строгими стилистическими правилами, модерн позволяет создать интерьеры удобные и в то же время изысканные и оригинальные. Основная идея стиля — сотворение прекрасного. Отличительные черты: пластичные формы, обилие текстиля. Основной выразительной формой и мотивом стиля модерн стала линия, но не прямая, а гибкая, изящная, «живая». Основные материалы декора модерна — натуральное дерево, камень, стекло, металл.

4. Арт-нуво (от франц. art noveau — новое искусство). Самый популярный стиль современных европейских гостиниц, в России представлен слабо. Арт-нуво требует глубины понимания как от дизайнера, так и от заказчика. Стиль арт-нуво берет свое начало из стиля модерн, источник вдохновения — природа. Арг—нуво создает интерьер, где все элементы кажутся как бы природными, естественными, а не придуманными человеком. Об этом свидетельствует отказ от прямых линий и углов. Волнистые изгибающиеся формы предвосхищают стиль в керамике, текстиле, мебели.Мебель должна быть обтекаемых, полукруглых и изогнутых форм: гнутые ножки, деревянные резные подлокотники и тканевая обивка.

5. Арт-деко — это богемный стиль, зародившейся во Франции. Стилю присущи легкость и изящество. Очень модное направление, широко эксплуатируется в интерьере шикарных европейских гостиниц, океанских лайнеров. Используется сочетания дорогих и экзотических материалов, стиль сочетает восточные мотивы и элементы старины. Для этого направления характерны прямые или же ломано изогнутые линии, четкость и графичность форм. Стиль арт-деко использует самые разные декоративные элементы в интерьере, яркие и смелые, и одновременно исключительно подобранные цветовые сочетания. Основная цветовая гамма — контрастное сочетание черного и белого с яркими акцентами огненно-красного и золотого.

6. Ампир. В современном интерьере встречается довольно редко и, как правило, является следствием соблюдения общей стилистики (экстерьер и интерьер). Если гостиница представляет собой архитектурный памятник, интерьер необходимо выдерживать в том же стиле, что и само здание, чтобы не нарушить общий ансамбль. Для дизайна интерьера в стиле ампир характерны яркие, насыщенные цвета. Широко используются белый, синий, красный, золото, пурпур. Следует подчеркнуть, что яркий цвет в стиле ампир — это цвет стен или текстиля.

7. Скандинавский стиль — это достаточно самобытный стиль, сложившийся под влиянием культур стран скандинавского полуострова. Основные черты — натуральность, простота, естественность. Стиль предоставляет отличную возможность добавить свет и простор в помещение. Скандинавская цветовая палитра изначально склонна к бледным, прохладным тонам. Такие оттенки способны оптически раздвинуть стены и тем самым помочь комнате выглядеть больше. Также считается, что эти оттенки лучше отражают естественный цвет, чем теплые, уютные оттенки, которые наоборот стремятся вобрать свет. Часто используют не чисто белый цвет, а его оттенки, обладающие желтыми полутонами (цвет слоновой кости, цвет сливок).

8. Хай-тек. Стиль, проявившийся главным образом в архитектуре мегаполиса, продолжает оставаться востребованным, в том числе и в интерьере гостиниц. Хай-тек — это отражение века высоких технологий, выражается в активном использовании технических новинок, передовых строительных и отделочных материалов. Основные черты стиля — функциональное использование помещения, строгая геометрия форм, прямые строгие линии, а также сдержанный декор. Мебель должна быть максимально функциональной, выполненной в четких геометрических формах и практичной. Мебели в интерьере в стиле хай-тек присутствует немного — только самое необходимое. Эффект простора чрезвычайно важен для создания нужного впечатления от интерьера. Поверхность мебели должна быть ровной и гладкой, металлические элементы и фурнитура — серебристой, блестящей, хромовой.

10. Минимализм. Современная интерпретация древневосточного стиля. Для него характерны: предельная лаконичность форм, полное отсутствие декора, орнаментов или деталировки фасадной отделки, ясность композиции, монохромность, подчеркивание естественности фактур, работа большими плоскостями, графичность. Облик жилища определяют большие

Источник:https://studref.com/333862/turizm/gostinichnyy_interer

Хорошо организованный интерьер, чистота помещений — это внешние критерии качества обслуживания, по которым клиенты делают заключение о том, что на этом предприятии все в порядке и ему можно довериться.

Качество обслуживания подчиняется эффекту отборочного восприятия. Это означает, что одна и та же услуга воспринимается всеми потребителями по-разному вследствие индивидуальности их характера, интересов, личных качеств, а также ситуации, в которой происходит потребление услуги. К ситуационным особенностям восприятия качества относится конкретная обстановка. Например, при плохой погоде отдыхающие — клиенты курортных гостиниц — начинают обращать более пристальное внимание на оформление номера, мебель.

Красивые и удобные помещения не определяют ценности обслуживания в глазах потребителя, и, наоборот, непродуманный интерьер может повлечь за собой негативную реакцию потребителя. Конечно, цветовое решение помещений не оказывает прямого воздействия на обслуживание, но может повлиять на состояние человека, находящегося в этом помещении. Если влияние окажется раздражающим, то этому потребителю будет трудно угодить, предоставляя какую-либо услугу. Недостаточное освещение может привести к головной боли гостя, и от этого он будет недоволен гостиницей в целом, а не конкретной лампочкой. Гостиница сильно рискует своим имиджем, если не уделяет надлежащего внимания оформлению интерьера.

При комплектации объектов индустрии гостеприимства на первый план выступают эргономика мебели и ее соответствие принятым требованиям. При выборе мебели отельер должен четко осознавать, что профессиональная гостиничная мебель имеет коренные отличия от мебели, предназначенной для дома или дачи.

Она проектируется исходя из основных требований к стандартам ведущих гостиничных операторов, опирающихся на практичность в использовании и соответствие требованиям систем эксплуатации. Мебель должна быть модной, соответствующей общей концепции интерьера отеля, ремонто-пригодной, износостойкой и функциональной.

У ведущих управляющих компаний есть четко разработанные параметры определения качества мебели, которые утверждены головным офисом. Согласование выбора мебели с оператором, который будет управлять гостиницей, — это длительный и сложный путь, в котором не существует мелочей. Значение имеет все — производитель, материалы, размеры мебели, площади рабочих поверхностей, количество предметов интерьера. При выборе мебели и оборудования для гостиниц следует изучать современные гостиничные технологии, стандарты ведущих мировых операторов, следить за тенденциями рынка, работать только с компаниями, имеющими большой опыт работы в данной области.

Источник:https://studref.com/572692/turizm/interer_vliyanie_kachestvo_obsluzhivaniya

Вопросы к обсуждению:

1. Основные факторы, предопределяющие выбор площадей для размещения гостиничного комплекса.

2. Как интерьер может влиять на деятельность гостиницы?

3. Характеристика стилей дизайна используемых в гостиницах.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 3.2 Современное состояние гостиничного дизайна. Фирменный стиль гостиницы и требования к нему.

3.Цели занятия.

- ознакомиться ссовременное состоянием гостиничного дизайна в России;
- изучить как создается фирменный стиль гостиницы и основные требования к нему;
- рассмотреть этапы разработки фирменного стиля.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Современное состояние гостиничного дизайна в России.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Создание фирменного стиля гостиницы и основные требования к нему	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Этапы разработки фирменного стиля	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Каково же современное состояние гостиничного дизайна в России?

После Октябрьской революции все гостиницы были национализированы, а некоторые из них и вовсе закрыты.

В 60–80 годы гостиницы строились как в центре, так и на окраинах. В более поздний период стали появляться гостиничные комплексы, появились крупнейшие наиболее комфортабельные гостиницы не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в других регионах Российской Федерации.

В Санкт-Петербурге Ситуация несколько иная. Инфраструктура делового туризма Северной столицы пока значительно отстает от Москвы. В настоящий момент в Петербурге и его окрестностях работают как гостиницы первого класса («Англетер», «Бэст Вестерн Отель Нептун», «Гранд Отель Европа Кемпински», «Астория», «Рэдиссон САС Ройял»), так и десятки малых отелей.

В современной архитектуре наметились тенденции создания, как крупных гостиничных комплексов, так и мини-отелей. «В 2005 году, например, только в Санкт-Петербурге насчитывалось 562 отеля общей вместимостью 23 540 номеров. В 2009 году численность гостиниц возросла до 622 с номерным фондом в 26 916 комнат. В 2010-2011 годах количество отелей будет стремиться к 650, а жилой фонд перевалит за 30 000 номеров. По состоянию на 1 марта 2011 года в стадии строительства находится 53 гостиницы в различных районах Санкт-Петербурга, еще по 67 проектам ведется разработка документации»9.

Практически ни одно здание не обходится без светопрозрачных конструкций из алюминия. Окна, двери, потолки, витражи, фасады, зимние сады являются обязательным элементом эстетики здания, определяет его внешний вид и функциональные возможности. Современная дизайнерская мысль в архитектуре предусматривает многообразие форм, сложную геометрию светопрозрачных конструкций.

В настоящее время, как в Европе, так и в нашей стране самым распространенным в интерьере гостиниц является европейский стиль, в котором широко применяется металл, обивка мебели под кожу. В последнее десятилетие к мебели для отдыха предъявляются особые требования. Настроение, энергия, здоровье во многом зависят от того, насколько эффективным и полноценным оказывается отдых. В соответствии с запросами клиентов во всем мире наблюдается тенденция к оснащению гостиничных номеров ортопедическими пружинными матрасами, изготовленными по экологически чистой технологии.

Новые направления дизайна гостиничных интерьеров. Среди тенденций гостиничных интерьеров важно отметить усиление акцента на чувственность, ответные эмоции, реакцию клиента. При разработке внутреннего дизайна гостиницы важен уже не стиль жизни человека, а его взгляды. При покупке и установке элементов интерьера все большее значение имеют личное восприятие и эмоции. Теперь в моду входят пуристическое оформление стен и высококачественные экологичные материалы.

Выбор стиля и материалов уже давно зависит не от вкуса владельца отеля, а представляет собой комплексное отражение мировоззрения. А оно, по мнению исследователей дизайнерских тенденций, склоняется в сторону естественности, «честных», неподдельных материалов и ясной оптики. Владельцы отелей стали разборчивее и более критично подходят к оформлению жилого пространства гостя.

Источник:https://studfile.net/preview/4048090/page:3/

Фирменный стиль – одна из основных составляющих имиджа компании. Фирменный стиль является сегодня основой всей коммуникационной политики фирмы, одним из главных средств борьбы за покупателя, важной составляющей брэндинга. Его использование предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, деловых бумагах, технической и деловой документации, упаковке продукции и пр.

Фирменный стиль является одним из наиболее современных и актуальных видов рекламы.

Под фирменным стилем понимают набор цветовых, графических, словесных и прочих постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

Фирменным стилем можно назвать элементы индивидуальности организации или предприятия, предъявленные обозрению общественности. Представление индивидуальности особенно важно при выведении на рынок новых товаров и услуг.

Фирменный стиль в жизни организации выполняет такие важные функции, как имиджевая, идентифицирующая, дифференцирующая.

Имиджевая функция – это формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа компании, что способствует повышению ее престижа и репутации. Положительное восприятие фирмы целевой аудиторией переносится и на ее продукцию. Многие люди считают качество товаров с известным товарным знаком намного превосходящим качество анонимных изделий и готовы заплатить за них больше.

Идентифицирующая функция - это когда фирменный стиль способствует идентификации товаров и рекламы, указывает на их связь с фирмой и их общее происхождение.

Дифференцирующая функция – это выделение товаров и рекламы фирмы из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю ориентироваться в потоке товаров и рекламы, облегчает процесс выбора.

Когда целевая аудитория знает данный фирменный стиль гостиничного предприятия, она с большей долей вероятности обратит внимание на знакомый логотип, цвета, шрифты, выделит конкретное рекламное сообщение из общего рекламного шума, который становится с каждым днем все более интенсивным. Использование единого фирменного стиля во всех формах рекламной кампании сделает рекламу более целостной. Кроме того, значение фирменного стиля состоит в том, что он позволяет фирме с меньшими затратами выводить на рынок свои новые товары, повышает эффективность рекламы и улучшает ее запоминаемость.

Фирменный стиль упрощает разработку маркетинговых коммуникаций, сокращает время и расходы на их подготовку, способствует повышению корпоративного духа, объединяет сотрудников, вырабатывает так называемый «фирменный патриотизм», положительно влияет на визуальную среду фирмы и эстетическое восприятие.

Фирменный стиль является сегодня основой всей коммуникационной политики фирмы, одним из главных средств борьбы за покупателя, важной составляющей брэндинга.

. Фирменный стиль разнообразен по своей сути и основывается на нескольких дисциплинах как управленческого, так и неуправленческого характера, например психологии; кроме того, он включает в себя корпоративную стратегию, корпоративную философию, корпоративную историю, масштабы бизнеса, а также тип и спектр товаров и услуг, предлагаемых покупателю данной фирмой.

Цель управления фирменным стилем состоит в том, чтобы обеспечить благоприятное отношение основных заинтересованных лиц и групп к фирме/

Наличие символики организации нередко мотивирует сотрудников, удовлетворяя потребности в идентичности, принадлежности к определенной социальной группе ("Я - сотрудник гостиницы N"). Следует учесть, что фирменная символика не должна противоречить представлениям человека о престиже, должна работать на повышение его значимости в собственных глазах.

Можно выделить следующие основные цели создания корпоративной символики:

• создание осведомленности персонала;

• стимулирование внутренней интеграции и мотивации персонала;

• повышение корпоративного духа, выработка чувства причастности к общему делу;

• увеличение узнаваемости организации и активация имиджа организации.

Таким образом, фирменный стиль можно расценивать не только как рекламное средство, но и как фактор, влияющий на формирование его приверженности в отношении к организации.

Любая гостиница или отель представляют собой не просто жилое помещение, поэтому и принципы их оформления несколько отличаются. Здесь важен не только внешний уют комнат и комфорт постояльцев, но и особый колорит, который позволит выделить гостиницу из числа других. Существует множество направлений архитектуры и приемов декора, но все они будут «неконкретными» и «размытыми» без хорошо продуманного индивидуального фирменного стиля.

В отличие от корпоративной стилистики иных организаций, фирменный стиль отелей и гостиниц имеет свои особенности и правила, которые заключаются не только в приемах дизайна, но также в перечне элементов и специфике работ. Главная сложность здесь состоит в том, чтобы сделать гостиницу неповторимой и единственной в своем роде, комфортной и уютной как с практической, так и с психологической точки зрения. При этом иногда делается акцент на определенную категорию постояльцев.

Источник:https://nsportal.ru/npo-spo/ekonomika-i-upravlenie/library/2017/09/06/formirovanie-firmennogo-stilya-gostinichnogo

Этапы разработки фирменного стиля

1. Составление технического задания, т. е. определение информационной нагрузки, которую должен нести фирменный стиль. Подробно изучается сфера деятельности компании

вплоть до исследования сегмента рынка (при необходимости); образ, который должен создаваться в сознании потенциального потребителя. Разрабатываются варианты товарного знака, логотипа, а также пакет фирменного стиля (так называемый бренд-book), который включает множество компонентов.

2. Дизайнерская разработка фонотипа (названия) и логотипа (графического исполнения); визуальных составляющих фирменного стиля, цветового решения фирменного стиля, типографики фирменного стиля (гаммы шрифтов), носителей (элементов) стиля (в том числе дизайна фасада здания, интерьера и др.).

3. Проведение патентных исследований.

4. Правовая защита. Патентные исследования и правовая защита проводятся специалистами-патентоведами. Эти этапы включают экспертизу заявляемого обозначения, проверку на тождество и сходство с уже зарегистрированными обозначениями и разработку рекомендаций по усилению охраноспособности разрабатываемого обозначения, а так же оформление заявки в Государственное патентное ведомство РФ на получение охранных документов.

Все элементы фирменного стиля в первую очередь должны быть направлены на создание благоприятного имиджа компании, то есть представления, образа, формируемого в общественном мнении об отеле, фирме посредством целого ряда информационных приемов и технологий. А для этого необходимо разработать фирменный стиль отеля.

Источник:https://studfile.net/preview/4048090/page:6/

Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите этапы разработки фирменного стиля кратко.
2. Какая самая главная функция фирменного стиля на ваш взгляд?
3. Какие направления дизайна гостиничных интерьеров наиболее популярны в России?

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Тема 4.1. Структура управления гостиницей: элементы и уровни

3.Цели занятия.

- изучить организационную структуру управления гостиницы;
- ознакомиться с типами организационных структур в индустрии гостеприимства;
- рассмотреть модели организации гостиничного бизнеса.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Организационная структура управления гостиницей	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Типы организационных структур в индустрии гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Модели организации гостиничного бизнеса.	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Гостиницы — это не только важнейший вид предприятий экономической деятельности, но и сложная организационная структура, характеризуемая распределением целей и задач управления между целыми подразделениями и отдельными работниками.

Под организационной структурой управления необходимо понимать совокупность управленческих звеньев, расположенных в строгой соподчиненности и обеспечивающих взаимосвязь между управляющей и управляемой системами,

Организационная структура управления складывается из состава, соотношения, расположения и взаимосвязи отдельных подсистем организации. Создание такой структуры направлено прежде всего на распределение между отдельными подразделениями организации прав и ответственности.

В структуре управления гостиницей выделяются следующие элементы: звенья (отделы), уровни (ступени) управления и связи — горизонтальные и вертикальные.

К звеньям управления относятся структурные подразделения, а также отдельные специалисты, выполняющие соответствующие функции управления либо их часть (например, менеджеры, осуществляющие регулирование и координацию деятельности нескольких структурных подразделений),

В основе образования звена управления лежит выполнение отделом определенной функции управления. Устанавливающиеся между отделами связи имеют горизонтальный характер.

Под уровнем управления понимают совокупность звеньев управления, занимающих определенную ступень в системе управления гостиницей. Ступени управления находятся в вертикальной зависимости и подчиняются друг другу: менеджеры более высокой ступени управления принимают решения, которые конкретизируются и доводятся до нижестоящих звеньев.

В управленческой практике индустрии гостеприимства наиболее распространены следующие типы организационных структур:

1. линейный;
2. функциональный;
3. линейно-функциональный.

Линейная организационная структура управления. Линейные связи в гостинице отражают движение управленческих решений и информации, исходящих от так называемого линейного менеджера, то есть лица, полностью отвечающего за деятельность гостиницы (как правило, небольшой) или ее структурных подразделений (в крупной). Это одна из простейших организационных структур управления. Она характеризуется тем, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделенный всеми полномочиями, осуществляющий все функции управления.

При линейном управлении каждое звено и каждый подчиненный имеют одного руководителя, через которого по одному каналу походят все команды управления. В этом случае управленческие звенья несут ответственность за результаты всей деятельности управляемых ими объектов. Речь идет о по объектном выделении руководителей, каждый из которых выполняет все виды работ и принимает решения, связанные с управлением данным объектом. Поскольку в линейной структуре управления решения передаются по цепочке «сверху вниз», а сам руководитель нижнего звена управления подчинен руководителю более высокого уровня, формируется своего рода иерархия руководителей конкретной организации. В данном случае действует принцип единоначалия, суть которого состоит в том, что подчиненные выполняют распоряжения только одного руководителя. Вышестоящий орган

управления не имеет права отдавать распоряжения каким-либо исполнителям, минуя их непосредственного начальника.

Линейная структура управления является логически более стройной и формально определенной, но вместе с тем и менее гибкой. Каждый из руководителей обладает всей полнотой власти, но относительно небольшими возможностями решения проблем, требующих узких, специальных знаний. Линейная организационная структура управления имеет свои преимущества и недостатки.

Преимущества линейной организационной системы управления:

1) единство и четкость распоряжений;

2) согласованность действий исполнителей;

3) простота управления (один канал связи);

4) четко выраженная ответственность;

5) оперативность в принятии решений;

6) личная ответственность руководителя за конечные результаты деятельности своего подразделения.

Недостатки линейной организационной системы управления:

1) высокие требования к руководителю, который должен быть подготовлен всесторонне чтобы обеспечить эффективное руководство по всем функциям управления;

2) отсутствие звеньев по планированию и подготовке решений;

3) перегрузка информацией, множество контактов с подчиненными, вышестоящими и сменными структурами;

4) концентрация власти в управляющей верхушке.

Функциональная организационная структура управления. Функциональное управление осуществляется некоторой совокупностью подразделений, специализированных на выполнении конкретных видов работ, необходимых для принятия решений в системе линейного управления.

Идея состоит в том, что выполнение отдельных функций возлагается на специалистов. В организации, как правило, специалисты одного профиля объединяются в структурные подразделения (отделы), например отдел маркетинга, отдел приема и размещения, плановый отдел и т.д. Таким образом, общая задача управления организацией делится, начиная со среднего уровня, по функциональному критерию. Отсюда и название — функциональная структура управления.

Функциональное управление существует наряду с линейным, что создает двойное подчинение для исполнителей.

Как видно из рисунка, вместо универсальных менеджеров, которые должны разбираться и выполнять все функции управления, появляется штат специалистов, имеющих высокую компетенцию в своей области и отвечающих за определенное направление (например, планирование и прогнозирование). Такая функциональная специализация аппарата управления значительно повышает результативность деятельности гостиницы.

Как и линейная, функциональная структура, имеет свои преимущества и недостатки.

Преимущества функциональной структуры:

1) высокая компетентность специалистов, отвечающих за осуществление конкретных функций;

2) освобождение линейных менеджеров от решения некоторых специальных вопросов;

3) стандартизация, формализация и программирование явлений и процессов;

4) исключение дублирования и параллелизма в выполнении управленческих функций;

5) уменьшение потребности в специалистах широкого профиля.

Недостатки функциональной структуры:

1) чрезмерная заинтересованность в реализации целей и задач "своих" подразделений;

2) трудности в поддержании постоянных взаимосвязей между различными функциональными службами;

3) появление тенденций чрезмерной централизации;

4) длительность процедур принятия решений;

5) относительно застывшая организационная форма, с трудом реагирующая на изменения.

Недостатки как линейной, так и функциональной структуры в значительной степени устраняются линейно-функциональными структурами.

Линейно-функциональная (штабная) структура управления гостиницей. При такой структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив. При разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов ему помогает специальный аппарат, состоящий из функциональных подразделений (управлений, отделов, бюро и т.д.).

В данном случае функциональные структуры подразделения находятся в подчинении главного линейного руководителя. Свои решения они проводят в жизнь либо через главного руководителя, либо (в пределах своих полномочий) непосредственно через соответствующих руководителей служб-исполнителей.

Таким образом, линейно-функциональная структура включает в себя специальные подразделения при линейных руководителях.

Линейно-функциональная структура также имеет свои положительные моменты и недостатки.

Преимущества линейно-функциональной структуры:

1) лучшая подготовка решений и планов, связанных со специализацией работников;

2) освобождение главного линейного менеджера от детального анализа проблем;

3) возможность привлечения консультантов и экспертов. Недостатки линейно-функциональной структуры:

Недостатки линейно – функциональной структуры:

1) отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными отделениями;

2) недостаточно четкая ответственность, так как готовящий решение, как правило, в его реализации не участвует;

3) чрезмерно развитая система связей по вертикали, то есть тенденция к чрезмерной централизации.

Рассмотренные орг. структуры являются базовыми и могут быть детализированы применительно к конкретному объекту управления.

Организационная структура гостиничного предприятия определяется его назначением, вместимостью номерного фонда, спецификой гостей и рядом других факторов.

Типовая пирамидальная структура управления гостиницей.

Несмотря на то, что все руководители гостиницы выполняют управленческие функции, нельзя сказать, что они занимаются одним и тем же видом трудовой деятельности. Отдельным руководителям приходится тратить время на координирование работы других руководителей, которые, в свою очередь, координируют работу менеджеров более низкого уровня, и так до уровня руководителя, который координирует работу неуправленческого персонала — людей, производящих продукцию и оказывающих услуги. Форма пирамиды на рисунке указывает на то, что на каждом последующем уровне управления, начиная с нижнего, находится меньше людей, чем на предыдущем.

Высший уровень управления гостиничным предприятием представлен владельцем гостиницы и генеральным директором, которые принимают общие решения стратегического характера. При этом владельцем может быть частное лицо или целая корпорация.

Примером стратегической цели гостиничного предприятия, которая определяется самим владельцем, может быть ориентация предприятия на обслуживание определенного сегмента рынка: групповых туристов или туристов-индивидуалов, туристов, стремящихся к отдыху и восстановлению здоровья, или участников конгрессе» и конференций и т.д.

В развитие стратегической цели владельцем также может быть установлено, что ресторан, находящийся в составе гостиничного комплекса, будет предоставлять питание

только своим гостям. Другим примером, вытекающим из основной цели предприятия, может быть установление определенного уровня цен на гостиничное размещение.

Подобные решения и задачи относятся к категории общих, от которых зависят размер предприятия и выбор месторасположения для его строительства, архитектуры и интерьера, мебели, оборудования, подбор персонала.

Управленческая структура больших гостиничных предприятий может включать должности 5—6 директоров отделов, которые подчиняются генеральному директору. Это директор по общественному питанию, директор по размещению, финансовый, технический, коммерческий директора. Они представляют средний уровень управления и обеспечивают реализацию политики функционирования предприятия, разработанной высшим руководством, отвечают за доведение более детальных заданий до подразделений и отделов, а также за их выполнение. Директора отделов, как правило, имеют широкий круг обязанностей и обладают большой свободой принятия решений. Помимо выполнения функций перевода общих постановочных задач в конкретные управленческие решения, они также; решают ряд задач, направленных на удовлетворение Потребностей гостей.

В прямом подчинении директора по размещению находятся менеджеры основных гостиничных служб: бронирования, обслуживают, приема и расчетной части, эксплуатации номерного фонда.

Директор по общественному питанию руководит рестораном. Ему непосредственно подчиняются заведующий производством, шеф-повар, метрдотель, менеджер банкетного обслуживания, старший официант.

Финансовому директору подчиняются главный бухгалтер, менеджер хозяйственной службы, контролер по ЭВМ, заведующий отделом заработной платы.

Технический директор возглавляет инженерно-эксплуатационный отдел. На разных предприятиях должность технического директора называется по-разному: главный инженер, директор по эксплуатации, главный техник здания. Ему подчинены старший мастер, заведующие мастерскими по ремонту мебели, оборудования, систем отопления, холодильных установок и т.д.

Для исполнения функций коммерческой службы в гостиницах предусматриваются различные должности. Как правило, коммерческому директору подчиняются менеджер службы конгрессного обслуживания, менеджер рекламной службы и др.

Руководители всех уровней управления выполняют также исполнительские функции. Удельный вес исполнительских функций понижается с повышением уровня руководства. Расчеты показывают, что на высшем уровне они занимает около 10%, на среднем — 50% и на низшем — около 70% общего времени менеджеров.

В зависимости от размера и вида организации, ее отраслевых и территориальных особенностей, других факторов характеристика состава и функций менеджеров на каждом из трех уровней управления может существенно меняться.

Источник:https://studfile.net/preview/1669455/page:5/

В мировой туристической индустрии с 50-х гг. выделяют несколько основных моделей организации гостиничного бизнеса.

Наиболее известной является модель Ритца. Данная модель названа в честь швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца. Его именем были названы многие престижные отели мира. Отели, придерживающиеся данной модели, отличаются европейскими традициями, изысканностью, аристократизмом и элегантностью. Из наиболее известных нововведений Ритца можно отметить появление оркестра в ресторане.

Более половины действующих отельных сетей построены по модели Кемонса Уилсона, главные характеристики которой - высокое качество предлагаемых услуг в сочетании с гибкостью в управлении. Ярким примером гостиничной сети, работающей по модели

Уилсона, является сеть отелей «Холидей Инн». Гостиничные сети, организованные по модели Уилсона, объединены строгими требованиями к единству стиля, дизайна интерьера, символики. Важными стандартами работы таких отелей являются быстрота и качество обслуживания клиентов. Отличительные признаки данной модели: соблюдение единого архитектурного стиля; быстрая регистрация гостей; гибкая система тарифов; специальные номера для постоянных клиентов; наличие «шведского стола» (как правило, на завтрак); конференц-холл.

Третья модель – «независимые» гостиничные цепи. В этом случае под единой торговой маркой объединяют гостиницы по каким-либо однородным признакам, не выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимо от страны расположения.

Объединенные гостиницы должны платить взносы в единый фонд. Данный фонд занимается рекламой и маркетингом, но остается финансовая и управленческая самостоятельность.

Существуют различные варианты объединения:

1. гостиничные консорциумы (объединение нескольких отелей и небольших гостиничных групп разного класса);
2. семейства или ассоциации (объединяют отели, отвечающие определенным требованиям);
3. гостиницы, объединенные по принципу франчайзинга.

Также существуют модели гостиниц, различающиеся по характеру взаимоотношений между владельцем гостиницы и управленческим звеном гостиницы:

1. гостиницы, находящиеся в распоряжении собственника (независимые гостиницы):

a) гостиницы, находящиеся под управлением самого владельца;

b) гостиницы, для управления которых привлекаются специалисты-менеджеры или управленческие компании;

2. гостиницы, объединенные в гостиничные цепи:

a) гостиницы, которые объединены общей собственностью владельцев и, как следствие, являются полноправными членами цепей. Управление в таком случае осуществляется администрацией цепи–представителями собственников. Собственники имеют полное право на получение прибыли;

b) гостиницы, которые присоединились к гостиничной цепи. Их участие в бизнесе регулируется договором франшизы;

3. объединение гостиниц, управляемое профессиональными гостиничными компаниями:

a) владелец наделяет оператора полным правом управления собственностью и не вмешивается в процесс управления. В данном случае оператор несет ответственность за финансовые и операционные риски в своей деятельности, а собственник лишь получает итоговый чистый доход от гостиничной деятельности;

b) владелец может вмешиваться в процесс управления, контролируя деятельность, и, как следствие, несет ответственность по финансовым рискам и осуществляет все операционные расходы по управлению. В контракте должно быть оговорено, какую долю ответственности несет оператор за исход своей деятельности;

c) владелец тщательно следит за деятельностью управляющей компании и из-за этого вынужден полностью освободить ее от ответственности за результат работы (кроме умышленных случаев и случаев грубой неосторожности);

4. гостиницы, объединенные между собой на комбинированных условиях;
5. гостиницы, которые входят в объединение независимых гостиниц.

При вхождении гостиницы в объединение она сохраняет способность действовать самостоятельно во всем.

Источник:https://pandia.ru/text/78/354/1527.php

Вопросы к обсуждению:

1. Покажите схематично свое представление об организационной структуре гостиницы
2. Кратко охарактеризуйте линейная организационную структуру управления.
3. Какие стандарты работы характерны для модели организации Кемонса Уилсона?

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Тема 4.2. Управление качеством на предприятиях индустрии гостеприимства

3.Цели занятия.

- изучить работу коммерческой службы в системе гостиничных предприятий;
- ознакомиться с службами гостиницы;
- изучить специфику управленческой структуры гостиницы;
- изучить вспомогательную оперативную службу гостиничного комплекса.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Специфика управленческой структуры гостиничного комплекса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Основные службы гостиницы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Коммерческая служба в системе эксплуатации гостиничных объектов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Вспомогательная оперативная служба гостиничного комплекса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Управление гостиницей – совершенствование практики ежедневных дел для достижения стабильного развития в соответствии с конъюнктурой гостиничного бизнеса, избирательное применение компонентов индустрии гостиничного хозяйства, которая имеет собственную социально-организационную структуру и требует оперативных действий, вызванных условиями рыночных отношений.

Главная задача управления в системе гостиничного хозяйства – это достижение или сохранение повышенной категории гостиницы (отеля, мотеля).

Организационно-практическими действиями по решению этой задачи являются:

1. совершенствование обустройства номерного фонда;
2. оснащение техническим оборудованием, своевременная профилактика и его замена;
3. достижение эффективной аэрации (температурно-влажного) режима;
4. внедрение электронно-магнитных приборов;
5. обновление санитарно-технических средств;
6. формирование индекса человеческого развития (развитие повышенной ответственности у обслуживающего персонала);
7. обустройство прилегающей территории.

Работа гостиниц любого типа в Российском государстве определяется «Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», утвержденными Постановлением правительства от 25.04.1997 г. за № 490. Данный нормативный акт определяет назначение гостиниц как временное проживание не свыше двух месяцев, не зависимо от места прописки. Проживание людей в гостинице превращает их в клиента. Службы гостиницы выступают как организаторы услуг – агенты. Пребывание в гостинице раскрывает систему взаимоотношений – «агент – клиент», в которой создается специфическая структура гостиничного социально-культурного пространства.

Агент использует систему организационных мер, достигает эффективности собственного дела, используя:

- обслуживание номерного фонда;
- бесперебойное питание в кафе, в ресторане;
- действие коммерческих служб по увеличению прибыли;
- совершенствование инженерно-технической службы в гарантии безопасности:
- привлечение вспомогательных служб (медицинские услуги, резервный фонд работников, телефонно-телевизионные коммуникации) для увеличения комфорта и надежности в развитии гостиницы;
- корректировку организации справочной службы с дополнительными услугами по распространению рекламы, билетов на зрелищные мероприятия, экскурсии;
- продажа билетов на железнодорожный, автобусный транспорт и на авиалинии.

Действие агента по развитию организационных мер предусматривает создание клиентурного порядка, который необходимо рассматривать как дифференцированное обслуживание посетителей с наибольшим эффектом. В этом процессе возрастает роль административная и коммерческой служб.

Административная служба формирует управленческий стиль, контролирует и направляет все службы гостиничного комплекса, создает качественно-исполнительскую деятельность кадрового состава.

Главная функциональная ответственность административной службы – это использование и совершенствование социальных технологий, т.к. в ее действиях концентрируются управленческие функции (ежедневное организационное обслуживание) и вырабатывается перспектива (беспрерывная модернизация служб) для развития гостиничного хозяйства.

Важнейшей ролью для административной службы является профилактическая направленность своей деятельности.

Как и всякая управленческая структура, администрация гостиницы не может жить изолированно. Она включается в сотрудничество с другими гостиницами, стремиться обогатить собственный опыт, совершенствуя профилактику негативных явлений. В практике административной службы широко используется обмен кадрами, поиск эффективных форм обучения служащих, использование конкурсов для совершенствования конкурентоспособности. Администрация гостиницы формирует систему собственной открытости, в которой избирательные действия становятся источником гибкости в совершенствовании бизнеса. К таким действиям относятся:

1) гибкая форма деятельности (оплата труда в пропорциональной зависимости от его непривлекательности; ротация кадров; стимулирование профессиональной чести; совершенствование социальных установок и др.);

2) совершенствование фирменного стиля (введение обновленных аксессуаров, совершенствование технического обслуживания, изменение формы обслуживающего персонала, введение обновленных услуг и т. д.);

3) корректировка стоимости реализуемых услуг.

На эффективность административной службы существенно влияет оперативная информация для обслуживающего персонала. Не игнорируя общие собрания, административная служба совершенствует систему управления через подразделения, проводя анализ их работы.

Главным задачей администрации в любой гостинице, руководство службой обслуживания номерного фонда, многообразные функции которой делают ее определяющей в достижении имиджа гостиницы. Организационно-исполнительные действия данной службы направлены на: бронирование, прием туристов, их распределение и размещение, обеспечение обслуживания клиентов в номерах, поддержание необходимого санитарно-гигиенического состояния в номерах, создание высокого уровня комфорта.

Служба обслуживания номерного фонда отличается оперативностью в своей деятельности. Ее организация обретает динамичный характер, включающий многочисленный объем социальных технологий. Известно, что первое впечатление у посетителей сервисных структур является самым глубоким и устойчивым. Последующие действия могут только их усовершенствовать, но не исправлять.

Таким образом, уровень культуры обслуживания номеров гостиницы начинается с первой ступеньки той лестницы, которая разводит людей по номерам гостиницы.

Следует отметить, что начинающее собственное дело гостиничное руководство часто пытается экономить на обслуживании посетителей, клиентов, мало уделяя внимания их прибытию.

Гостиницы высшей категории, с богатым опытом, встречу гостей «обставляют» многочисленными эффективными приемами, привлекая высококвалифицированный персонал. Роль встречающих определяется подготовительными действиями, обусловленными оперативной адаптацией.

Источник:https://studfile.net/preview/9068401/page:3/

Организационная структура гостиничного предприятия определяется назначением гостиницы, ее категорией, размером номерного фонда, местоположением, спецификой гостей и другими факторами.

Она является отражением полномочий и обязанностей, возложенных на каждого ее работника.

Существующие в гостинице информационные системы объединяются в следующие службы:

- административно-управленческая служба;
- служба приема и размещения;
- служба обслуживания номерного фонда;
- служба общественного питания;
- коммерческая служба;
- инженерно-техническая служба;
- вспомогательные и дополнительные службы.

Административная служба отвечает за координацию деятельности всех служб отеля, решает финансовые вопросы, кадрового обеспечения, занимается поддержанием и созданием необходимых условий труда, контролирует соблюдение правил и норм по охране труда, технике безопасности, экологической и противопожарной безопасности.

Служба приема и размещения занимается решением вопросов, связанных с бронированием номеров, приемом гостей, прибывающих в гостиницу, их регистрацией и размещением по номерам, оказанием различных услуг, а также отправкой домой.

Служба обслуживания номерного фонда обеспечивает обслуживание туристов в номерах, поддерживает санитарно-гигиеническое состояние номеров и уровень комфорта, занимается оказанием разнообразных бытовых услуг гостям.

Служба общественного питания обеспечивает обслуживание гостей в ресторанах, кафе, буфетах, барах гостиницы, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и т.д. Эта служба предоставляет одну из основных услуг - приготовление и реализацию пищи, которая входит в состав комплексного гостиничного продукта. В структуре гостиничного предприятия это одна из важнейших служб, осуществляющая обслуживание гостей.

Коммерческая служба занимается вопросами оперативного и стратегического планирования, оптимизацией предоставляемых услуг, реализацией и разработкой рекламных компаний исследованием рынка, конкурентов.

Финансовая служба анализирует результаты хозяйственной и финансовой деятельности предприятия.

Инженерно-техническая служба создает условия для функционирования санитарно-технического оборудования, служб ремонта и строительства, систем связи и телевещания, систем кондиционирования, электротехнических устройств, теплоснабжения.

Вспомогательные службы обеспечивают процесс работы гостиничного комплекса, предлагая услуги прачечной, портновской, химчистки.

Дополнительные службы оказывают платные услуги.

В их состав входят: бизнес-центр, спортивно-оздоровительный центр, сауна, солярий, бассейн, парикмахерская, косметический кабинет и др.

В современных условиях система управления, чтобы быть конкурентоспособной, должна быть простой и гибкой и соответствовать следующим характеристикам:

- небольшое число уровней управления;
- небольшие подразделения, укомплектованные квалифицированными специалистами;
- производство услуг и организация работы, ориентированных на потребителей (гостей предприятия).

Не существует идеальной и единой модели управления гостиницей, но все решения обусловлены необходимостью удовлетворения потребностей клиентов и опираются на общие закономерности и элементы.

Источник:https://studfile.net/preview/382782/page:3/

Коммерческая служба имеется в любой системе гостиничного бизнеса и представленаслужбой маркетинга.

Данная служба определяет доходную часть, придерживаясь важнейшихорганизационных моментов и действий. Основная задача данной службы – это увеличениедоходов предприятия от реализации услуг для потенциальных клиентов. Коммерческая службадолжна материализовать систему сервисной деятельности, определяя ее эффективные иоптимальные компоненты.

Так, используемый маркетинг выступает в качестве средства отборапотребностей посетителей, инструмента для их анализа.Сервис маркетинга представляет собой инструмент ценообразования с учетомплатежеспособности посетителей. Специалисты в области маркетинга развивают активностьпотребления, достигая желаемого результата. Сервис необходимо трансформировать дляклиентов таким образом, чтобы зона риска предпринимательства снизилась до минимума.

Коммерческая служба опирается на сервисную структуру, формируя самостоятельнуюиндустрию гостеприимства, где складываются сегмент доходной части гостиничного бизнеса.Она имеет усложненный характер, а также вынуждена постоянно обновляться исовершенствоваться исходя из регулярного обновления рынка. Создаваемая концепциямаркетинга должна предусматривать:

1. Экономию электроэнергии, поиск резервных источников.
2. Устранение из интерьера пожароопасных синтетических материалов. Использование
3. натуральных экологичных, чистых материалов намного выгоднее в производстве.
4. Поиск эффективных способов регулирования климата помещений и т.д.

Коммерческая служба постоянно сотрудничает с поставщиками, станциями водоснабжения,энергетическими станциями, газовыми службами, службами коммунального хозяйства. Вданном сотрудничестве необходимо добиваться своевременного расчета, избегая накоплениязадолженности. Таким образом коммерческая служба выступает в качестве важнейшегодостижения единства услуг с системой сервиса.

Взаимодействуя со всеми службами, коммерческая служба совершенствуется, формируяповышенный процент доверия иных служб к себе. Доверие формируется за счетсовершенствования рекламы, проведения выставочных мероприятий, формированиядегустационных услуг, внедрения бронирования услуг, повышения их качества, эффективногоиспользования предоставленных площадей, сохранения сезонной востребованности, а такжесочетания собственного гостиничного капитала и его доходной части.

Источник:https://spravochnick.ru/turizm/osnovnye_celi_i_zadachi_kommercheskoy_sluzhby_gostinichnogo_predpriyatiya/

Вспомогательно-оперативная служба - это служба экстренных мер, преодолевающая проявление норм девиантного поведения. Как правило, эти службы находятся в автономном режиме, их деятельность обусловлена договорными условиями. К такой службе относятся: работники медицинского обслуживания, дежурные по пожарной безопасности, патрульно-постовая служба. По поводу вспомогательных служб может быть ошибочное мнение. Известно, что пожарные себя реализуют только при ликвидации пожара, что приводит к поверхностному представлению об их роли. Однако главная задача пожарных не тушить пожар, а его не допустить. Также следует помнить о сохранении эффективной медицинской и патрульно-постовой службы. Они не ликвидаторы ЧП, а проводят профилактические действия, направленные на стабильность и охрану жизнедеятельности гостиничного комплекса.

Гостиница - сооружение повышенной сложности, а поэтому и таит в себе немало сюрпризов. Каждый этаж гостиницы - это сложное подразделение с разветвленной структурой технического оборудования и многочисленными жильцами, настроенными на отдых, с ослабленным вниманием и предосторожностью.

Во вспомогательных службах действует социальный закон, получивший название - закон Мердж. Согласно ему, если неприятность должна случится, то логика данного закона раскрывает механизм возникновения неприятных ситуаций. Действие вспомогательных служб устраняют источники возможных неприятностей, чем и обеспечивается гарантия проживания людей в гостинице.

Источник:http://www.oturbiznese.ru/39.html

Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите изученные вами службы гостиничного комплекса.

2. Какой нормативный акт определяет назначение гостиниц как временное проживание не свыше двух месяцев, не зависимо от места прописки?

3. Какая из служб гостиницы занимается вопросами оперативного и стратегического планирования?

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 5. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СТРУКТУРА, СЕРВИС

Тема 5.1 Службы предоставления основных услуг

3.Цели занятия.

- изучить особенности функционирования службы управления номерным фондом;
- ознакомиться с функциями подразделений службы управления номерным фондом;
- рассмотреть деятельность служб основных гостиничных служб в процессе обслуживания.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Особенности функционирования службы управления номерным фондом	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Функции подразделений службы управления номерным фондом: служба бронирования; служба приема и размещения; хозяйственная служба.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Деятельность основных гостиничных служб в процессе цикла обслуживания гостей	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Служба управления номерным фондом (Rooms Division)

Эта служба является самой крупной по числу сотрудников. В ней трудится, как правило, от 50 и более процентов всего штата сотрудников отеля.

Она занимается вопросами бронирования номеров, приёмом гостей, их регистрацией и размещением по номерам, обслуживанием в номерах, поддержанием необходимого санитарно-гигиенического состояния номеров, оказанием бытовых услуг гостям.

В состав службы входят:

Директор или менеджер по эксплуатации номерного фонда – организует и контролирует весь процесс приема и размещения, умело разрешает конфликты, от которых может пострадать престиж гостиницы.

- служба приёма и размещения (Front Office),
- служба бронирования (Reservations),
- служба портье,
- служба горничных (Housekeeping), инспектор по уборке номеров,
- объединенная сервисная служба (Uniformed Service), (швейцары, коридорные, посыльные, гардеробщики, служащие гаражного хозяйства)
- служба безопасности
- телефоннаяслужба (PBX – Private Branch Exchange).

Служба бронирования и телефонная служба часто входят в службу приёма и размещения (хотя в некоторых случаях служба бронирования может относиться к службе маркетинга и продаж). При наличии гаража или паркинга эти функции также часто поручаются службе управления номерным фондом. Эта служба является основным центром прибыли гостиницы.

1. Служба приема и размещения (рецепция) (Front Office) возглавляет руководитель (Front Office Manager). Чаще всего в подчинении руководителя службы приема и размещения находится персонал стойки приема и размещения (Reception, Front Desk), служба бронирования (Reservation Department), сотрудники телефонной станции (АТС или коммутатор - PBX - Private branch exchange), бизнес-центр (Business Center), объединенная сервис-служба (uniformed service).

Сотрудники службы приема и размещения занимаются решением вопросов, связанных с бронированием номеров, приемом гостей, их регистрацией и размещением по номерам. Персонал этой службы первым встречает гостей, постоянно находится в контакте с ними и последним из служб провожает гостей отеля, поэтому стойка приема и размещения является центром деятельности этой службы.

Персонал этой службы осуществляет основное взаимодействие с гостями и имеет самый длительный контакт с ними. По принятой в индустрии гостеприимства оценке качества обслуживания и системы его поддержания, СПиР является четвертой «точкой соприкосновения», по которой оценивается отель в целом.

Негативные впечатления гостя от этой службы могут перерасти в отрицание отеля в дальнейшем. Нетактичный вопрос, «неправильная» с точки зрения гостя интонация могут вызвать его негативную реакцию гораздо большей силы, чем удовлетворение от того, что его хорошо обслужили.

Важно, чтобы вся информация о резервировании номера находилась на стойке портье (стоимость и тип номера, способ оплаты, возможности номера)

Функции СПиР:

1. Продажа номерного фонда, регистрация гостей и распределение гостевых номеров;
2. Обработка заказов на бронирование, когда в гостинице нет специального подразделения или когда оно закрыто;

3. Координация всех видов обслуживания клиентов;

4. Обеспечение гостей информацией о гостинице, местных достопримечательностях, и др.;

5. Обеспечение руководства гостиницы точными данными об использовании номерного фонда (отчет о статусе номеров);

6. Подготовка и выдача платежных документов (счетов) за предоставленные услуги и осуществление окончательных расчетов с гостями.

Регистрационная стойка - reception

Это центр функционирования не только СПиР, но и всего отеля, потому что именно здесь гость регистрируется после прибытия, получает ключи от номера и расплачивается при выезде.

Стойка администратора или портье (front desk) располагается в холле отеля. Это место является, по существу, центром контроля за предоставляемыми услугами и разрешением технических и организационных проблем. Внешний вид и размеры стойки СПиР в гостиницах различаются. В гостиничной практике сложилось так, что размеры стойки составляют в высоту 1,1 м и в ширину придерживаются 0,76м. Длина стойки зависит от количества номеров в гостинце, выполняемых операций за стойкой и общего дизайнерского решения холла.

Общим является условное разделение стойки на три секции:

Секция регистрации - агент по приему и размещению гостей (дежурный администратор), оформляющий гостей на проживание, принимающий оплату и выписывающий счет клиенту;

Секция кассовых операций – кассир, получает платежи, производит начисления на счета гостей, контролирует неоплаченные счета, подготавливаются ежедневные отчеты. Должна иметься камера для хранения ценностей, отдельная комната для оформления ценностей на хранение. Должен быть телефонный счетчик для измерения продолжительности телефонных разговоров. Кассир взимает плату за переговоры в конце проживания. Может быть пневмопочта для быстрой доставки счетов за пользование рестораном, гаражом и др.Наибольший объем работы кассира приходится на время выезда гостей.

Секция информации и почты - служба портье, ответственный за предоставление информации гостям (местные достопримечательности, работа банков, маршрутного городского транспорта и т.п.) и функциональным службам гостиницы, а также за сбор, подшивку и хранение документации, кроме того, ответственный за выдачу ключей;

2. Служба портье Осуществляет бронирование транспортных билетов, билетов на зрелищные и спортивные мероприятия, организует экскурсии, оказывает информационные услуги, услуги бытового характера (вызов такси, аренда автомобиля) и т. д.

Портье также передает информацию о потребностях гостя в различные подразделения отеля.

Служба консьержей (в Европейских странах) является дополнением к службе приёма и размещения и обеспечивает проживающих необходимой информацией. Консьержи могут выполнять функцию переводчика, регистрировать паспорта, организовать экскурсии и др. мероприятия. Почта, ключевое хозяйство, заказная почта имеют связи с разными подразделениями гостиницы.

Вывески с информацией о выполняемых операциях за стойкой размещаются в различных гостиницах по-разному, либо подвешиваются над стойкой, либо прикрепляются на панели сзади, либо выставляются на поверхность стойки. Конфигурация стойки скрывает от стоящего рядом с ним гостя находящееся там оборудование.

В больших гостиницах функции регистрации, кассовых операций, информации и почты выполняются специально закрепленными сотрудниками. В маленьких гостиницах один, два или три сотрудника выполняют весь цикл обслуживания гостей.

3. Служба бронирования Функции:

Прием заявок на бронирование номеров (письменные, устные, в электронном виде), их обработка;

Учет занятости номеров, составление необходимой документации (графиков заездов на каждый день, неделю, месяц, год)

Ведение картотеки гостей (на каждого гостя заводится специальная карточка, информация о предпочтениях и особых пожеланиях гостя собирается со всех служб гостиницы и хранится в архиве. При повторном заезде используется для повышения качества обслуживания)

Персонал этой службы работает в тесном контакте со службой маркетинга и продаж.

Прием заявок осуществляется по телефону, по факсу, e-mail, Internet, через глобальные системы бронирования (Amadeus, Galileo, Appolo).

Каждая заявка должна содержать следующие реквизиты:

Дата, время заезда и выезда, Категория номера, количество человек, Цена номера, вид оплаты, Дополнительные услуги, питание, особые пожелания, Контактные координаты бронирующего.

После оформления заявки нужно подготовить подтверждение бронирования (по международным стандартам в теч. 1 часа). Все изменения и дополнения, а также аннуляции заявок также подтверждаются в письменном виде.

В маленьких гост. эти функции выполняет старший администратор или служба приёма и размещения.

Мякгое бронирование осуществляется по категориям комнат (в больш. гостиницах).

Жёсткое бронирование – по конкретным номерам (в мал. гост., где номерной фонд невелик).

Смешанное – когда жёстким бронированием бронируются эксклюзивные номера, мягким – обычные.

Гарантированное бронирование – бронирование со специальным подтверждением отеля о том, что он гарантирует клиенту получение им заказанного номера, а клиент гарантирует оплату номера в случае заезда или незаезда (гарантия оплаты – депозитная оплата, № кредитой карты (в той стране, в законодательстве которой есть нормы ответственности клиента за отказ от подтверждённого бронирования, в РФ – нет).

Двойное бронирование – подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно 2-м клиентам на одну и ту же дату (в пик сезона).

4. Служба безопасности выполняет функции поддержания порядка и безопасности в гостиничном комплексе. При этом предприятие может поручить выполнение этих обязанностей, как собственной службе, так и привлечь стороннюю организацию.

Функции:

1. Патрулирование помещений
2. Расследование инцидентов
3. Разработка мер по предотвращению инцидентов
4. Контроль за использованием сотрудниками имущества гостиницы

5. Объединённая сервис служба включает швейцаров, коридорных, гардеробщиков, носильщиков, служащих гаражного хозяйства. Они встречают, приветствуют, провожают гостей к стойке регистрации и в номера.

6. Телефонная служба использует пульт АТС. Персонал службы отвечает за прием телефонных звонков, соединение с гостем, заказ местных или междугородних переговоров, регистрацию оплаты. Они обеспечивают также побудку гостя по его просьбе. В современных гостиницах учет оплаты за телефонные переговоры и сигнал побудки осуществляются автоматически.

7. Служба эксплуатации номерного фонда. В разных гостиницах эта служба может называться по-разному: хозяйственная служба, служба эксплуатации, кастелянская служба и пр. Структура, функции, состав, подчиненность в этой службе также могут быть дифференцированы в различных гостиницах. Назначение службы - обеспечение обслуживания гостей в номерах, поддержание необходимого санитарного-гигиенического состояния гостевых комнат и общественных помещений, оказание бытовых услуг клиентам, передача

сведений на Reception о состоянии номеров. Выполняемая персоналом этой службы работа не требует высокой квалификации, но очень важна.

Название должности руководителя службы может также быть различно - менеджер службы горничных, руководитель хозяйственной службы, начальник службы гостиничного хозяйства и т. д. В гостиницах с иностранным руководством данная позиция может называться: Head Housekeeper, Housekeeping Manager, Director of internal services, Director of housekeeping operations.

Обычно в крупных гостиницах в подчинении руководителя службы Housekeeping находится заместитель (Assistant Housekeeper); помощники руководителя службы или старшие горничные (HSKP Supervisors); штат горничных (chambermaids); дежурные по этажу, персонал прачечной-химчистки (Laundry/Dry Cleaning Service) и бельевой (Linen Room), кастелянши, сотрудники оздоровительного клуба (Health Club) или спортивного центра (Fitness Center); флористы (Florists).

В многоэтажных или состоящих из нескольких корпусов гостиницах группы горничных и другой персонал организованы обычно по этажам и корпусам. В состав службы входят группы, обеспечивающие бельем, в некоторых гостиницах – прачечные, мастерские бытовых услуг и т.п.

Служба обслуживания номерного фонда должна располагать:

- высококвалифицированным персоналом;
- современным инвентарём, уборочными механизмами и средствами;
- чётко разработанными стандартами и технологиями.

Служба горничных(Housekeeping).

Виды уборки:

- Ежедневная (текущая)уборка;
- Уборка после выезда гостя;
- Уборка перед заездом гостя;
- Экспресс-уборка
- Генеральная уборка
- Вечерняя подготовка номера ко сну.

На каждую горничную, по западным нормам, приходится от 8 до18 номеров в день, в зависимости от площади номеров и количества комнат.

Уборка номерного фонда осуществляется в следующей последовательности:

1. вначале работы ведутся в забронированных номерах,
2. затем в номерах, только что освободившихся от проживающих гостей,
3. в последнюю очередь — в занятых помещениях.

Уборку следует производить в отсутствие гостя. Если же гость находится в номере, необходимо прежде получить у него разрешение на уборку.

Источник:https://studfile.net/preview/9022817/page:12/

Технологический цикл обслуживания клиентов традиционно делят на четыре этапа.

I. До прибытия – бронирование (Reservation).

II. Заезд (Arrival), который включает регистрацию гостя (Check in procedure) и его размещение (Accomodation).

III. Проживание (Staying) гостя в отеле и обслуживание во время проживания.

IV. Выезд (Departure), который включает выписку гостя (Chek out procedure).

Гостиничный цикл — это процесс обслуживания клиента с момента его первого обращения в гостиничное предприятие до его выезда. Весь гостиничный цикл можно подразделить на четыре этапа. Этапы характеризуются взаимосвязью гостиничного обслуживания и логистикой денежных средств гостиничных услуг. Сотрудники административной службы гостиничного предприятия обязаны соблюдать и прослеживать

бухгалтерские действия на всех стадиях гостевого цикла. Гостевой цикл также представляет собой систематический подход к административным операциям.

Этап 1. Этап до прибытия гостя — бронирование. На этом этапе гость определяется с выбором гостиничного предприятия. К основным факторам выбора определенного средства размещения относят: во-первых, предыдущий опыт взаимоотношений с выбранным отелем и советы друзей, коллег; во-вторых, информационную составляющую; в-третьих, местоположение гостиничного предприятия, различные скидки и программы лояльности отеля и т.д. Также на решение гостя о выборе гостиничного предприятия может повлиять подробное описание администратором забронированного номера, стоимости номера, дополнительных услуг и легкость способа оплаты номера. Информация о возможности бронирования номеров (мест) может поступать из различных источников.

Источники бронирования могут быть постоянными и эпизодическими. К постоянным источникам относят заявки от туристических агентов по продаже, компаний, фирм, организующих выставки, конференции, семинары, а также от других компаний на основе договорных отношений, также централизованное бронирование — это возможность постоянных заявок. К эпизодическим заявкам на бронирование относят заявки от физических лиц или компаний, у которых возникла необходимость в одноразовом размещении в гостинице.

Этап бронирования завершается внесением сотрудником соответствующей службы гостиницы информации о госте (гостях) в журнал регистрации заявок бронировании номеров (мест) и учета клиентов. Данная информация необходима не только для того, чтобы планировать и прогнозировать загрузки гостиничного предприятия, но и для оптимального распределения денежных, трудовых и материальных ресурсов на предприятии.

Информация, собранная во время бронирования, также важна для завершения предрегистрационных действий, которые включают подготовку номера к приезду гостя согласно требованиям, и т.д.

Этап 2. Прибытие— регистрация — размещение. Данный этап гостевого цикла включает процедуру регистрации гостя и процесс размещения. После прибытия гостя в отель все взаимоотношения строятся через сотрудников службы приема и размещения. В обязанности сотрудников службы приема и размещения входит разъяснение всех особенностей проживания в отеле, квалифицированные ответы на любые вопросы гостя, особенно те, что касаются деталей стоимости номера. Также на этом этапе гостиничного цикла осуществляется предварительная оплата за проживание.

Учетная карточка гостя заполняется в процессе регистрации гостя, куда вносятся все личные данные постояльца (постояльцев): число взрослых и детей, адреса, паспортные данные и визы для иностранных граждан, полный адрес, персональные данные и детали кредитной карты. В конце регистрационной карточки ставится подпись гостя, подтверждающая согласие на ввод своих данных.

Процесс регистрации считается завершенным, когда произведена предварительная оплата и стоит подпись гостя.

Этап 3. Проживание и обслуживание гостя. Этот этап охватывает весь период проживания гостя в отеле и, соответственно, весь процесс обслуживания на этот период. Считается, что данный этап занимает главенствующее место во всем гостевом цикле. Основная служба, с которой постоянно контактирует гость (гости), — это служба приема и размещения. Сотрудники данной службы несут полную ответственность за координирование запросов гостя и должны проявлять дополнительную заботу в решении любых вопросов в кратчайшие сроки и на высоком уровне.

Безопасность — еще одна важная составляющая в обслуживании гостя (гостей). Сотрудники службы приема и размещения должны бедовать и соблюдать установленный режим работы отеля по учету гостей и выдачи ключей гостю, вести контроль за сохранность имущества, банковских сейфов, а также личной безопасностью гостей

В обеспечении доходности гостиничного предприятия не менее важны дополнительные услуги. Эффективно работающие рестораны, телефон, Интернет, бюро путешествий, салоны красоты и т.д. составляют значимую и прибыльную статью дохода гостиницы.

Этап 4. Выезд гостя — окончательная оплата гостиничных услуг.Последний (заключительный) этап гостиничного цикла включает сдачу номера и выезд гостя (гостей), а также окончательную оплату за проживание и оказанные дополнительные услуги. При выезде гость освобождает номер и проводит окончательные расчеты с гостиничным предприятием. Правильность выставления счета подтверждается подписью клиента. Как только гость покидает гостиницу, служба приема и размещения обновляет статус доступности номера и уведомляет отдел бронирования.

Источник:https://studopedia.net/4_50552_tema--tehnologicheskiy-tsikl-obsluzhivaniya-klientov-v-gostinitse.html

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое Front Office&
2. Назовите количество и виды уборок проводимых службой горничных?
3. Что такое двойное бронирование?
4. Учетная карточка, какие данные вносятся, а какие нет.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 5. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СТРУКТУРА, СЕРВИС

Тема 2. Службы предоставления дополнительных услуг

3.Цели занятия.

- изучить дополнительные услуги;
- ознакомиться с организацией обслуживания бытового в гостинице;
- ознакомиться с организацией обслуживания транспортными услугами в гостинице;
- рассмотреть спортивно-оздоровительный сервис услуг в гостиницах.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Дополнительные услуги в структуре гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Организация обслуживания бытового обслуживания и обслуживания транспортными услугами в гостинице	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи
3	Спортивно-оздоровительный сервис в гостиничных комплексах	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Система мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, называется в гостиничном хозяйстве сервисом.

Сервис может быть очень разным - от быстрого и профессионального оформления службой приема до безупречной работы сантехнического оборудования. Каждое звено в цепи сервиса важно.

Высокий уровень сервиса помогает гостинице зарекомендовать себя на рынке туристских услуг с лучшей стороны и привлечь больше клиентов.

Сервис нужно строить не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу предложения (гостиница предлагает новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает). Но нельзя навязывать услуги. В соответствии с Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ исполнитель не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты услуг, не предусмотренных договором. Также запрещается обусловливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других услуг.

Перечень услуг зависит от категории гостиницы. Не во всех гостиницах есть возможность организовывать бытовое обслуживание гостей и предоставлять им полный перечень услуг. Однако всюду должны стремиться к тому, чтобы набор услуг полностью отвечал запросам гостей.

Наиболее распространенные дополнительные услуги: экскурсионное обслуживание; заказ услуг гидов - переводчиков; организация продажи билетов на все виды транспортов; организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты и т.д.; заказ автотранспорта по заявке гостей; вызов такси; прокат автомобилей; заказ мест в ресторанах города; покупка и доставка цветов; продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции; ремонт обуви; ремонт и глажение одежды; стирка и химчистка одежды; пользование сауной; услуги парикмахерской; услуги буфетов, баров и ресторанов; аренда конференц-зала, залов переговоров; услуги бизнес - центра.

Предприятия, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где получить услуги, часы работы должны быть удобными для гостей. Согласно ч.2 п.4 Правил предоставления гостиничных услуг гостиница «обязана достоверно предоставить потребителю необходимую и достоверную информацию об услугах, обеспечивающую возможность их правильно выбора».

Оказывая какие-либо услуги, персонал должен проявлять такт и корректность. Гостиничное предприятие, а также сотрудники не вправе без согласия гостя выполнять дополнительные услуги за плату. Гость вправе отказаться от оплаты таких услуг, а если они

оплачены, вправе потребовать от гостиницы возврата уплаченной суммы. Запрещается обуславливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других услуг.

При оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Поэтому во многих гостиницах проживающих при отъезде просят заполнить небольшие анкеты, которые сдаются вместе с ключами в службу приёма и размещения, а затем их изучают в службе рекламы и маркетинга. Администрация гостиницы анализирует недостатки, выявленные в работе отдельных служб, и принимает меры для их устранения.

Современные гостиницы, обслуживающие туристов, практически становятся полно - сервисными отелями. В сервисное обслуживание гостиничного хозяйства включается множество разнообразных услуг. Перечень услуг постоянно дополняется, видоизменяется и дифференцируется в зависимости от размеров гостиницы, её месторасположения, уровня комфортабельности и других причин.

Тенденция развития гостиничной индустрии направлена на расширение спектра услуг в гостиницах различного назначения. Поэтому, чтобы проконтролировать качество предоставляемых услуг, создаются государственные стандарты.

Источник:https://studwood.net/1142563/turizm/sluzhba_predostavleniya_dopolnitelnyh_uslug

Бытовое обслуживание направлено на удовлетворение потребностей гостей, которые возникают во время их проживания в отеле. Перечень этих услуг зависит от категории отеля. Не у всех отелей есть возможность организовывать бытовое обслуживание гостей и предоставлять им полный перечень услуг. Но в гостинице необходимо стремиться к тому, чтобы набор услуг полностью соответствовал запросам гостей.

Предприятия, предоставляющие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где получить услуги, часы работы должны быть удобными для гостей.

В состав услуг по бытовому обслуживанию входят:

1. Срочная стирка и химчистка, ремонт и глажка личных вещей (в номере в папке с рекламой должны быть бланки заказов на стирку и чистку одежды. Там же должны быть и памятки о том, как сдать одежду в стирку. Такую услугу могут предоставить в гостинице, где есть прачечная. В отелях более низкой категории можно взять напрокат утюг. Гость сам гладит в номере или в специальной комнате, где есть гладильная доска.

2. Срочный ремонт и чистка обуви. Во многих гостиницах есть мастерские по ремонту обуви. В холлах высококлассных отелей стоят аппараты для чистки обуви. В номерах щетки для чистки обуви и одежды.

3. Хранение вещей и ценностей (камера хранения и сейфы в номерах и в приемной).

4. Разгрузка, погрузка и доставка багажа в номер (оплачиваются чаевыми — в отеле организуется очередность посыльных, с целью получения одинаковых чаевых).

5. Прокат предметов культурно-бытового назначения (телевизоры, посуда, спортивный инвентарь и т.д.).

6. Мелкий ремонт часов, электробритв, радио-, кино-и фотоаппаратуры; фотоуслуги.

7. Услуги парикмахерских, маникюрных и массажных кабинетов. Эти услуги могут предоставляться и в номерах, но имеют наценку.

8. Доставка питания в номер.

Обычно в каждом номере в папке с рекламой есть бумага для писем, конверты, специальные таблички, которые можно вывесить на двери, если гость просит постирать, убрать номер или просто не хочет, чтобы его беспокоили.

Разнообразие предоставляемых дополнительных услуг определяется как уровнем комфорта отеля, так и его специализацией. Они предоставляются в номере и в специализированных помещениях или при других помещениях отеля: например, фотосервис, бильярд, обмен валют, конференц-зал, бизнес-центр, казино, парковка, прачечная, химчистка,

парикмахерская, фитнес-центр, пункт первой медицинской помощи, сауна, обслуживание в номерах, бронирование авиабилетов, бронирование железнодорожных билетов, ночной клуб, казино, магазин и торговые киоски, кредитные карточки, бассейн.

В номере люкс категории А предоставляется такой сервис: доступ в Интернет, спутниковое TV, мини-сейф, радио, мини-бар, кондиционер, телефон, телевизор, фен, душ, ванна.

В номере категории одноместный апартамент предоставляется: кондиционер, Интернет, завтрак, перенос багажа, бассейн, сауна, фитнес-центр, доставка в номер факсов и другой корреспонденции, автостоянка, информационная карта. В номере есть кабельное и спутниковое ТВ, кондиционер, шумозащитное стекло, мини-бар, сейф, фен, гладильная доска, кофеварка.

Во всех отелях наиболее распространенными дополнительными услугами в номере стирка, уборка, глажка одежды; чистка обуви; заказ обеда или ужина, газет, цветов; вызов скорой помощи.

Дополнительные услуги можно заказать из номера по телефону

Источник:http://tourfaq.net/hotel-business/organizaciya-bytovogo-obsluzhivaniya-v-otele/

Транспортные услуги - это один из важнейших видов обслуживания в гостиницах. К ним относятся заказ такси, прокат автотранспорта, бронирование билетов на различные виды транспорта. Гостиницы должны предоставлять следующие виды услуг:

• Организация встреч и проводов в аэропорте, на вокзале (в гостиницах 4-5 звезд);
• Вызов такси (3-5 звезд);
• Прокат автомобилей (4-5 звезд);
• Парковка и подача к подъезду из гаража (5 звезд);
• Основные виды тех. обслуживания автомобилей(3-5 звезд, мотели 2-4 звезд).

Заказ такси

Может осуществляться двумя способами:

• в городской службе такси;
• предоставление собственной машины.

При заказе такси в городской службе администратор гостиницы выписывает карточку, которая содержит название гостиницы, номер комнаты и автомобиля, время и место назначения. Карточка передается водителю. Оплата производится самим гостем водителю такси в зависимости от маршрута. В крупных российских гостиницах с участием иностранного капитала, как правило, существует свой собственный парк автомашин. Причем в основном используются марки автомобилей тех стран, представителями которых являются соучредители данного гостиничного предприятия. Гости могут воспользоваться услугами по аренде автомобиля с водителем для поездки: в аэропорт, на вокзал, по делам, для проведения экскурсии, для посещения магазинов, спортивных и культурно-развлекательных учреждений, ресторанов, театров и т. д. В Москве практикуется аренда автомобилей исключительно с водителем. Это не лишняя мера безопасности. Для работы с клиентами отеля выделяются самые квалифицированные, ответственные водители, имеющие большой опыт работы на транспорте. В высококлассных отелях водители владеют иностранными языками, умеют поддержать разговор с гостями Москвы, рассказывают о городе, о достопримечательностях. Водители должны быть общительными, коммуникабельными, пунктуальными. Наряду с этим водители должны быть дипломатичным и, сохранять конфиденциальность информации, услышанной от клиентов во время обслуживания. Водитель должен быть предупредительным: помогать пассажирам при входе и выходе из транспортного средства, помогать пассажирам с багажом и нести за него ответственность. В каждой отдельно взятой гостинице, естественно, свои тарифы на транспортные услуги. Уровень цен зависит от месторасположения отеля,

марки предоставляемого автомобиля. количества пассажиров, количества времени по оказанию услуги и т. д.

В отелях, находящихся относительно далеко от центра города, должен быть предусмотрен бесплатный мини-автобус, который курсирует между отелем и центром города каждый день, желательно с утра до позднего вечера. Информация об услугах автотранспорта и расценки на них должны быть не только в службе приема, но и в гостевых комнатах проживающих.

Сотрудники, отвечающие за прием заказов на услуги автотранспорта, должны вести соответствующую документацию. Клиенты предупреждены, что заказ на автотранспорт необходимо осуществлять заранее (в идеале за 24 часа) и аннулировать не менее чем за 1 час до подачи автомашины. В течение смены служащие транспортного отдела сверяют лист заказов на автотранспорт, уточняют маршруты, вносят коррективы в существующие заказы, принимают новые, производят аннуляцию в случае необходимости.

Сотрудники транспортного отдела выписывают наряд (задание) водителю на каждый конкретный заказ, где указывают время подачи автомобиля клиенту, время окончания работы либо пункт назначения.

Что касается оплаты транспортных услуг, то в гостиницах с высокими стандартами обслуживания гостям предоставляется право выбора формы оплаты за такого рода услуги. Так, за аренду автотранспорта гость может заплатить следующими наиболее удобными для него способами:

• наличными или кредитной картой у кассира службы приема и размещения заранее или сразу после оказания услуги. Кассир выдает гостю счет об оплате;

• наличными или кредитной картой непосредственно у водителя. Водитель уполномочен выписывать счета и получать оплату, в том числе по кредитным картам, используя при этом импринтер;

• попросить занести сумму за определенную платную услугу на его общий счет для оплаты в дальнейшем.

В гостиницах европейского стандарта клиенты предпочитают последний метод оплаты. В этом случае кассир службы приема и размещения отеля выписывает счет, в котором указывает номер комнаты, дату оказания услуги, фамилию клиента, наименование услуги, сумму к оплате, ставит свою подпись и обязательно дает счет на подпись клиенту. Бланк счета состоит из 3-х экземпляров, как правило, белого, желтого и розового цветов, что очень удобно для отчетности в гостинице. Некоторые гостиницы заключают договор на транспортное обслуживание своих клиентов со сторонними организациями или просто предлагают услугу по вызову городского такси. В любом случае гости отеля должны быть обеспечены транспортом в любое время суток и получить качественное обслуживание.

В гостиницах также должна быть на должном уровне организована парковка автомашин. Клиенты отеля должны снабжаться информацией о ближайших станциях технического обслуживания автомобилей.

Источник:https://studopedia.su/1_31477_organizatsiya-transportnih-uslug-v-gostinitse.html

В развитых странах с ростом общественного богатства сокращаются расходы на питание и предметы роскоши в структуре общих потребностей граждан, а растет доля расходов на туризм и организацию свободного времени, отдыха. Предприятия гостевого бизнеса в борьбе за клиента предлагают все большее разнообразие спортивно-оздоровительных услуг, делающих отдых активным, разнообразным, полезным и интересным. Спортивные площадки, спортивное снаряжение, услуги команды тренеров и аниматоров, организующих досуг отдыхающих, становятся нормой ведения гостевого бизнеса, без соблюдения которой успех невозможен.[2]

Правильное название оказываемых отелем спортивных услуг - физкультурно-оздоровительные («Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования», согласно ГОСТУ, принятому в 2003 году[3]), они включают в себя проведение занятий по физической культуре и спорту и спортивно-зрелищных мероприятий, организацию и проведение учебно-методического процесса, предоставление физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружений населению, информационно-консультативные и образовательные услуги и др. Понятно, что гостиница, в силу своей специфики, предоставляет лишь часть физкультурно-оздоровительных услуг[4]. Как правило, это физкультурно-оздоровительные и спортивные сооружения и инструктаж.

Спортивные услуги, предоставляющие гостиничными комплексами, называют физкультурно-оздоровительными. Данные услуги охватывают не только сами занятия фитнесом, спортом и физкультурой, но и какие-либо спортивно-развлекательные мероприятия, предоставление жителям города спортсооружений, информационную, консультативную и образовательную помощь. Гостиничные комплексы, исходя из своей индивидуальности, оказывают только часть спортивно-развлекательных услуг.

Выделяют несколько видов физкультурно-оздоровительных услуг:

- Основные - тренажерный зал, бассейн.
- Дополнительные - сауна, джакузи, пародушевые кабины и т.п. (зависит от площади фитнес зала).
- Вспомогательные - фито бар, гардеробные комнаты.

Впрочем, дополнительные услуги не всегда могут быть за дополнительную оплату. К примеру, клиент будет заниматься в фитнес зале, посещая тренажерный зал, а сауна или джакузи будет неотъемлемой частью его посещения.

Спектр физкультурно-оздоровительных услуг определяется исходя из категории звезд, расположения, размера и нацеленности отеля, а также от творческого воображения хозяина гостиничного комплекса.

При соблюдении рекомендаций Всемирной туристской организации (ВТО) в отелях категории четыре и пять звезд должно быть наличие тренажерного зала, сауны, бассейна. Чтобы сохранить свою репутацию, гостиничные комплексы стремятся следовать данной стандартизации. В современном мире встречается и такое, что гостиница, относящаяся к категории три звезды, предоставляет ассортимент фитнес услуг, присущий гостиницам наивысшей категории.

Спектр предоставляемых спортивных услуг зависит от репутации гостиницы и от спроса клиентов, а вот площадь самого спортивного помещения базируется на требовании руководителя, местоположении гостиницы, материальных ресурсах, целевой группы и др.

В фитнес залах элитных отелей присутствует все, что нужно клиентам отеля для спортивных тренировок и рекреации: плавательный бассейн, тренажерный зал, гардеробная комната, сауна, баня, душевая комната, санузлы, гидромассажные ванны, солярии.

Гостиницы и мотели способны содержать: многофункциональный зал для спортивных тренировок; гимнастический зал; тренажерный зал; помещение для игры в пинг-понг; плавательный бассейн; сауна; медпункт; фито бар; пункт аренды спорт снаряжения.

Спортивно-оздоровительный центр следует размещать на первом этаже гостиничного комплекса. При посещении фитнес центра не пребывающими в отеле, перед центром со стороны улицы располагают вестибюль с гардеробом и кассой. Для гостей гостиничного комплекса вход в центр располагают из вестибюля или холлов нижних этажей.

Существует несколько видов фитнес - зон при отелях:

1. тренажерный зал, предназначенный только для гостей отеля. Спецификой таких залов является малая доступность и небольшая зона приблизительно 70-80 кв. м. Такая услуга включена в стоимость размещения, поэтому из подобных тренажерных залов нельзя получить дополнительный доход;
2. фитнес - центры, рассчитанные как на посетителей гостиничного комплекса, так и на горожан с улицы. Если в гостиничном комплексе имеется такой центр, то предприятие

может получить дополнительную прибыль, а также возможность пройти сертификацию на категорию четыре звезды;

3. коммерческий тренажерный зал. Бывает и такое, что гостиничные предприятия передают в аренду часть территории другим учреждениям, оборудующим тренажерные залы. Это комплексный спортивный центр с разнообразными залами (тренажерный зал, гимнастический, зал для групповых занятий, SPA и т.д.) и персоналом. В итоге получается, что это совершенно обустроенный независимый фитнес - центр, находящийся на территории гостиничного комплекса.

В основном тренажерные залы при гостиничном комплексе нацелены на проживающих гостей отеля, поэтому таким залам свойственна небольшая проходимость. Маленькая площадь зала не определяется маленькими затратами. Затраты существуют и довольно большие. Преимущественно затраты уходят на профессиональное спортивное оборудование, ведь оно определяет имидж гостиницы. Не стоит закупать тренажеры непрофессионального уровня или даже те, которые предназначены для домашних тренировок, ведь такие тренажеры не рассчитаны на длительное использование и отличаются более низким качеством материалов и меньшей износостойкостью.

Характерной чертой тренажерных залов при гостиничных комплексах является сравнительно небольшая площадь, определяющая количество и тип тренажеров. В элитных отелях высокой популярностью обладают кардиотренажеры (беговые дорожки, эллиптические, гребные тренажеры и т.п.). Кардиооборудование занимает небольшое пространство, поэтому подходят для эксплуатации даже в малых спортивных залах.

Силовые же тренажеры не так популярны, но обязательны в использовании. При выборе таких тренажеров стоит учитывать наличие нескольких групп мышц, которые клиент спортивного центра (не имеет значение женщина ли это или мужчина), хочет натренировать, - это может быть ягодичные мышцы, мышцы бедра, пресса, спины, задней или передней поверхности, груди. Идеальным вариантом для небольшого зала является наличие мультистанции, занимающие немного места, но предоставляющие возможность делать значительно больше число упражнений. Главной особенностью мультистанции можно назвать то, что несколько человек одновременно имеют возможность заниматься на тренажере. Необходим в тренажерном зале также гантельный ряд с различными свободными весами и скамьей.

Неотъемлемой частью тренажерного зала является наличие дежурного тренера, консультирующий клиентов, учитывая их физиологию.

При оборудовании фитнес-зала при гостинице стоит учитывать то, что при служебной или любой другой поездки не стоит наращивать мышечную массу. Гости отеля отдают предпочтение расслаблению и отдыху после насыщенного дня, поэтому не стоит оснащать тренажерный зал полным спектром тренажеров, как это представлено в крупных фитнес-клубах, которые функционируют самостоятельно.

Источник:https://www.evkova.org/kursovye-raboty/spektr-uslug-okazyivaemyih-v-sportivno-ozdorovitelnom-tsentre-gostinitsyi

Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите состав бытовых(дополнительных) услуг.
2. От чего может зависеть перечень дополнительных услуг?
3. Перечислите состав транспортных услуг в гостинице.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Тема 6.1. Гостиничный сервис в условиях глобализации.

3.Цели занятия.

- изучить гостиничную индустрии в условиях глобализации;
- ознакомиться с международными гостиничными цепями;
- ознакомиться с гостиничными консорциумами.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Гостиничный сервис в условиях глобализации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Международные гостиничные цепи и группы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Гостиничные консорциумы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Гостиничный бизнес всегда был и остается, по сей день одним из наиболее привлекательных и прибыльных видов бизнеса. Именно поэтому с каждым годом конкуренция на этом сегменте рынка услуг становится все более жесткой, вытесняя неконкурентоспособные фирмы. Не смотря не уже имеющийся высокий уровень сервиса, гостиничная индустрия европейских стран продолжает свое развитие и увеличивает не только сами доходы, но и темпы их роста. Гостиничный бизнес в Европе является источником стабильного дохода, позволяющего гостиничным компаниям выделять средства на модернизацию и инвестировать свое дальнейшее развитие.

В связи с общемировыми тенденциями глобализации и интеграции происходит довольно активное поглощение мелких субъектов этого вида бизнеса крупными компаниями.

Однако процент небольших независимых предприятий на европейском рынке гостиничных услуг по-прежнему велик. Частные гостиницы, не редко являющиеся семейным бизнесом или бизнесом, предлежащим частным собственникам, разнообразят этот сегмент рыка своей самобытностью и делают его более гибким.

Европейский гостиничный бизнес по сравнению с североамериканским имеет значительно большую долю самостоятельных гостиничных предприятий. В Соединенных Штатах крупные гостиничные цепи практические вытеснили с рынка своих более слабых конкурентов.

Однако семьдесят процентов европейского гостиничного бизнеса уже принадлежит всего на всего девяти гостиничным корпорациям, лидерами в этом списке монополистов являются французская компания «Accor» и английская «SixContinents».

Развитие франчайзинга, дающего возможность расширения рынков при минимальных инвестициях, ставит под угрозу существование мелких гостиничных предприятий. Предоставляя возможность крупным гостиничным корпорациям полностью поглощать их.

Как правило, продвижение известных гостиничных корпораций происходит по следующей схеме — в крупных городах строятся одновременно несколько отелей различных классов: «люкс», среднего и низшего классов, которые составляют серьезную конкуренцию уже работающим в регионе независимым отелям.

Аналогичным образом ведется завоевание крупными гостиничными корпорациями и рынков стран Восточной Европы и бывшего СНГ. Так, например, в Украине и Польше такую стратегию использует французская гостиничная монополия «Accor», а в России гостиничная сеть «Marriott».

Глобализация и концентрация гостиничного бизнеса проявляются в создании крупных корпораций и гостиничных цепей. Такой подход позволяет гостиничным предприятиям перегруппироваться и привлечь дополнительные ресурсы для развития своего бизнеса.

Гостиничные предприятия концентрируются через создание союзов или ассоциаций, не нарушающих их юридическую и хозяйственную самостоятельность, но позволяющих проводить совместные маркетинговые программы, вести исследовательскую деятельность, формировать единую систему подготовки и переподготовки кадров.

Переход к рыночной экономике объективно сопровождается постепенным созданием конкурентной среды во всех отраслях экономики. Это обстоятельство, в свою очередь, обуславливает необходимость внесения адекватных изменений в систему и методы управления фирмами независимо от их размеров и профиля деятельности.

Гостиничная индустрия сегодня представляет собой отрасль с растущим уровнем конкуренции на рынке гостиничных ус луг. Несмотря на трудное становление рыночных отношений в России за последние годы открылось немало отелей. Новые предприятия создаются, но через некоторое время часть из них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса. Конкуренция — сильный стимул для улучшения работы гостиницы.

До настоящего времени в отечественной экономической литературе индустрия гостеприимства не рассматривалась в качестве одного из эффективных направлений развития экономики. Гостеприимство привыкли считать формой проведения досуга, а отнюдь не как доходную статью бюджета. Важнейшие сферы гостиничного хозяйства (управление, финансирование, дизайн) являются резервами повышения его конкурентоспособности.

Но проблема совершенствования управления потенциалом гостиничных предприятий, недостаточно изучена и освещена в литературе, до настоящего времени нет системных научных разработок в этой области.

Основными тенденции в развитии гостиничного бизнеса являются:

- распространение сферы интересов гостиничного бизнеса на продукты и услуги, ранее предоставляемые предприятиями других отраслей (например, организации питания, досуга, развлечений, выставочной деятельности и др.);

- развитие демократизации гостиничной индустрии, способствующей повышению доступности гостиничных услуг для массового потребителя;

- усиление специализации гостиничного бизнеса, позволяющей более четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей с учетом различных признаков;

- глобализация и концентрация гостиничного бизнеса;

- персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов;

- широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий, позволяющее проводить глубокую и системную экономическую диагностику;

- внедрение новых технологий в деловую стратегию гостиничных предприятий, в частности широкое использование сети Интернет с целью продвижения гостиничных продуктов и услуг.

Основными задачами в сфере гостиничного бизнеса становятся создание конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности, создание стабильной клиентуры через умение найти своего клиента, поиск и создание новых путей развития, постоянное обновление собственной политики с учетом динамично развивающегося рынка гостиничных услуг.

Гостиничный бизнес, являясь одним из видов экономической деятельности, прямо или косвенно создает рабочие места и является важным средством пополнения казны иностранной валютой. В мире постоянно происходит процесс освоения новых концепций гостиничного бизнеса и модернизации старых

Источник:https://lektsii.com/2-14280.html

Гостиничная цепь представляет собой группу отелей, а очень часто и брендов, имеющих общее руководство и концепции продвижения продукта. Гостиницы, управляющиеся из единого центра, появились более полувека назад, однако вначале этот феномен управления не получил широкого распространения. К концу Второй мировой войны количество гостиниц, входящих в цепи, стало возрастать, а после ее окончания на рынке действовали сети гостиничных компаний, лидировавшие по количеству присоединившихся к ним членов.

В настоящее время гостиничные корпорации прочно укоренились на рынке гостиничных услуг. Во всем мире в каждом крупном городе имеются отели, входящие в крупные гостиничные цепочки, образование которых позволяет продвигать на мировой туристский рынок высокие стандарты обслуживания в индустрии гостеприимства.

В целом основные характеристики гостиничных цепочек сводятся к следующему:

• схожесть в территориальном расположении;

• единообразие стилистики отелей в архитектуре, дизайне интерьера и т.д.;

• однообразие идентификации и внешней информации;

• единство и быстрота регистрации клиентов;

• номера, продуманные для разных видов туристов;

• гибкая система тарифов;

• единые управление, маркетинг и служба коммуникаций.

Современные гостиничные цепи могут включать в себя гостиницы одной или нескольких стран, т.е. быть национальными или международными (насчитывается более 300 цепей, которые вышли за рамки национальных границ). Большинство крупнейших гостиничных цепей имеют штаб-квартиры в США, хотя растет роль и других стран в управлении гостиничным бизнесом.

Каждая гостиничная цепь может иметь собственную классификацию, основанную на назначении, местоположении отеля (курортный, бизнес-отель, городской). В одну и ту же гостиничную цепь могут входить отели разных категорий.

Преимущества гостиничных цепей заключаются в том, что:

• покупка крупных партий товаров и услуг происходит по оптовым (сниженным) ценам. Поскольку владелец цепи управляет несколькими объектами, он может делать крупнооптовые закупки и отпускать участникам цепей оборудование для номеров,

комплектующие, моющие и чистящие препараты, оборудование для связи и т.д. по очень низким ценам;

• цепь осуществляет централизованную подготовку гостиничных специалистов, что значительно сокращает затраты каждого члена цепи в отдельности. Кроме того, участие в цепи позволяет ее членам пользоваться услугами высокооплачиваемых специалистов — экспертов в своих областях, оплатить работу которых одна гостиница была бы не в состоянии. Далеко не все независимые гостиницы имеют такие возможности;

• продвижение и реклама. Рекламная кампания обычно ложится тяжелым бременем на бюджеты независимых гостиниц. Вместе с тем гостиничные цепи позволяют их участникам распределять между собой расходы на рекламу и продвижение так, что все могут пользоваться результатами рекламных кампаний, тратя на это весьма умеренные средства;

• централизованная система бронирования позволяет отдельным членам цепи объединить свой бизнес. Большое количество резервирований, которые при других обстоятельствах могли бы уйти к конкурентам, осуществляется гостиницами одной цепи;

• группе гостиниц легче получить финансирование, чем индивидуальному владельцу. Цепи легче мобилизовать капитал и направить его на расширение или повышение эффективности своей работы.

К крупнейшим гостиничным цепям относят:

1)Holiday Inn;
2)Best Western;
3)Sheraton;
4)Ramada Inn;
5)Accor;
6)Hilton Corporation;
7)Club Med;
8)Novotel;
9)Marriott International;
10)HFS Ink.

Источник:https://studref.com/624732/turizm/mezhdunarodnye_gostinichnye_tsepi

Для того чтобы противостоять конкуренции со стороны интегрированных и франчайзинговых цепей, независимые гостиницы объединяются в гостиничные консорциумы.

Гостиничные консорциумы – это объединение нескольких отелей и небольших гостиничных групп разного класса. Консорциумы, не навязывая собственных стандартов сервиса, содействуют продвижению гостиниц на международные рынки, выражают их интересы в системах бронирования. Отели, вступившие в консорциум, обязаны выплачивать установленный процент прибыли или фиксированные ежегодные отчисления.

Гостиничный консорциум выигрывает от экономии в масштабе при маркетинге, приобретении оборудования, объединении в компьютерную систему бронирования (КСБ), которая позволяет агентам забронировать номер прямо с экрана компьютера.

Концепция гостиничного консорциума в последние годы стала очень популярной, и число консорциумов значительно возросло. Самый крупный гостиничный консорциум в мире — американская цепь «Бест Вестерн Интернейшнл», насчитывающая 3350 гостиниц и 270 тыс. номеров. Стоимость членства в этом международном гостиничном консорциуме составляет 1% оборота после уплаты налогов.

В Европе Франция является самым большим владельцем гостиничных консорциумов. Двадцать консорциумов разного объема составляют четверть всех отелей страны. Самый крупный из них, «Ле Ложе де Франс», обеспечивает 60% общего количества предложений номеров в стране и объединяет почти 70% всех отелей — членов консорциумов страны.

В Великобритании объединенные в консорциумы гостиницы обеспечивают 60% общего предложения гостиничных номеров, т. е. четвертую часть рынка.

Помимо объединения в консорциумы и интегрированные цепи гостиницы создают различные семейства. Качество предоставляемых услуг в них контролируется независимыми комиссиями. Наглядным примером таких семейств являются «Реле де Шато», «Пре-ферред Отеле энд Резортс Уордвайд», «Лидинг Отеле оф де Уорд», «Смол Л юксари Отеле оф де Уорд». Последние два семейства объединяют соответственно 300 и 200 отелей по всему миру. Это отели высокой категории, они расположены в разных местах (городе, пригороде или провинции) и обслуживают клиентов с различным достатком.

В семейство «Лидинг Отеле оф де Уорд» входят, например, такие престижные отели, как «Ритц» и «Мерис» в Париже, «Отел де Пари» в Монте-Карло, «Империал» в Вене, «Дорчестер» в Лондоне, «Отел дю Рон» в Женеве, а также «Балчуг-Кемпински» в Москве.

Семейство «Смол Люксари Отеле оф де Уорд» объединяет небольшие отели — до 150 номеров, большинство из них — семейные. Только в одном Лондоне насчитывается семь отелей этого семейства, самый знаменитый из них — отель «Ритц». По всему миру отели семейства «Смол Люксари Отеле» сосредоточены не только в больших городах, но и в провинции и курортных зонах. В европейской провинции они расположены в старинных отреставрированных замках и усадьбах. После Великобритании по числу отелей этого семейства идут США и Австралия.

Многие отели входят одновременно в разные семейства, например, «Де Обсерватори» в Сиднее одновременно является членом семейств «Смол Люксари Отеле» и «Лидинг Отеле», а отель «Ритц» в Париже — членом семейств «Лидинг Отеле оф де Уорд» и «Преферред Отеле энд Резортс Уордвайд».

Источник:https://studfile.net/preview/4339053/page:13/

Вопросы к обсуждению:

1. Какие проявления глобализации в гостиничной индустрии вам известны?
2. Преимущества гостиничных цепей.
3. Что необходимо для присоединения к гостиничной цепи?
4. Стоимость членства в международном гостиничном консорциуме«Бест Вестерн Интернейшнл»
5. Вследствие чего были созданы гостиничные консорциумы?

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Тема 6.2. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг

3.Цели занятия.

- изучить методы статистики, социологии и маркетинга в региональном мониторинге;
- ознакомиться с региональным мониторингом рынка гостиничных услуг;
- изучить прогнозирование, как цель регионального мониторинга гостиничных услуг.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
2	Методы статистики, социологии и маркетинга в региональном мониторинге	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Прогнозирование как цель регионального мониторинга гостиничных услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Monitoring означает контроль. Мониторинг - метод исследования объекта, предполагающий отслеживание и контролирования его деятельности с целью прогнозирования последней. В настоящее время метод мониторинга считается важнейшим средством информационного обеспечения социально-политической, экономической, экологической и других фундаментальных сфер общественной жизнедеятельности, формирования баз данных по объекту исследования.

Значения мониторинга могут быть рассмотрены и как его функции: 1) наблюдение, 2) отслеживание, 3) надзор,4) управление.

Мониторинг является одной из компонентов контроллинга. В некоторых сферах научно-практической деятельности мониторинг только осваивается, в других его освоение находится на завершающем этапе. Такое положение дает нам достаточно уникальную возможность: исследовав теорию и практику освоения мониторинга в различных научных и практических областях, определить пути повышения эффективности использования мониторинга для реализации поставленных нами целей.

Проведение количественного и качественного мониторинга развития хозяйствующих субъектов позволяет получать данные, необходимые для выявления положения малого и среднего бизнеса. Мониторинг так же взаимодействует с контроллингом. Мониторинг не следует смешивать со сбором статистических данных. Ведь цель мониторинга– контроль состояния предприятия для обеспечения эффективного управления.

Мониторинговый анализ так же является информационной основой качественного управления предприятием. Анализ результатов мониторинга руководителем предприятия позволяет разрабатывать и применять наилучшую стратегию развития. Разные системы мониторинга, обладая общими чертами, существуют и развиваются достаточно изолированно в рамках той или иной науки или области управления.

Источник:https://studfile.net/preview/8936246/

Под региональным мониторингом гостиничных услуг следует понимать процесс постоянного отслеживания региональных ситуаций и региональных проблем на рынке гостиничного сервиса, описываемых количественными и качественными, статическими (одномоментными) или динамическими (за несколько периодов) показателями и параметрами.

Показатель - это обобщенная характеристика свойств объекта, процесса или явления, выступающая инструментом, обеспечивающим возможность проверки теоретических положений с помощью эмпирических данных.

Можно выделить всего два вида показателей:

- качественные показатели, фиксирующие наличие или отсутствие у рассматриваемого объекта определенного свойства;

— количественные показатели, фиксирующие меру выраженности или значения развития определенного свойства.

В гостиничном сервисе к количественным показателям отнесем:

1. Количество номеров в гостинице, ед.
2. Единовременную вместимость, койко-мест
3. Численность размещенных лиц, человек
4. Заполняемость - место-дни (иногда - койко-сутки), ед.
5. Коэффициент использования номерного фонда.

Для регионального мониторинга гостиничных услуг в качестве количественных показателей будут выступать:

1. Общее количество гостиниц в регионе.
2. Единовременную вместимость, койко-мест - в регионе.
3. Количество гостиниц в регионе по категориям (например, по звездности).
4. Общее количество гостиничных номеров в регионе.
5. Количество гостиничных номеров в регионе по категориям (например, номера люкс, апартаменты и т.д.).
6. Коэффициент использования номерного фонда в регионе.
7. Общее число работников гостиниц в регионе.
8. Число работников гостиниц в регионе по категориям (например, менеджеров, горничных, администраторов, портье, поваров и т.д.).
9. Средняя оплата труда работников гостиниц и т.д.

Источник:https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-monitoring-gostinichnyh-uslug-v-sisteme-upravleniya-kompleksom-gostepriimstva-v-gorode-i-regione

Основными методами исследования в региональном мониторинге должны стать методы статистики, социологии, маркетинга.

Владение этими методами дает возможность исследователям, а возможно и студентам вузов разных специальностей принимать активное участие в организации регионального мониторинга гостиничных услуг и бизнеса – как в пределах небольших городов, так и районов таких больших городов, как Москва или Санкт-Петербург. Результаты проведенных исследований могут быть использованы при разработке региональных или городских программ и планов развития туризма и гостиничного комплекса. Основным средством обучения и проведения исследования может стать карта регионального мониторинга, в которой сосредоточены показатели по нескольким разделам, а именно:

- общая статистика по гостиницам,
- общая статистика по гостиничным услугам,
- общая статистика по ценам,
- показатели эффективности деятельности,
- статистика по персоналу,
- статистика по доходам и расходам гостиниц,
- используемые системы on-line бронирования,
- анализ тенденций при наименовании гостиниц и их ресторанов (аномастика), их размещению,
- используемые средства рекламы гостиниц в регионе.

Создание подобной карты позволит сохранить преемственность в методологии и методике постоянных исследований, даст возможность для сопоставимости результатов на всем протяжении организации регионального мониторинга гостиничных услуг, создании условий для определения векторов дальнейшего развития гостиничного бизнеса в С.-Петербурге или других городах.

Кроме того, может быть составлена и конкурентная карта рынка гостиничного сервиса.

Построению конкурентной карты рынка предшествует расчет для каждого участника рынка таких показателей, как:

1. Динамика рынка.
2. Интенсивность конкуренции по динамике рынка.
3. Рентабельность рынка.
4. Интенсивность конкуренции по рентабельности.
5. Рыночная доля фирмы.
6. Средняя рыночная доля.
7. Интенсивность конкуренции по вариации рыночных долей.
8. Обобщенная характеристика интенсивности конкуренции.
9. Степень монополизации рынка.

Источник:https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/26287/235%20-%20243.pdf?sequence=1

Цель мониторинга конъюнктуры рынка гостиничных и ресторанных услуг не ограничивается констатационными оценками фактически сформированной ситуации и выявлением причинно-следственных связей на рынке гостиничных и ресторанных услуг

Мониторинг должен завершаться прогнозом развития рынка гостиничных и ресторанных услуг, в первую очередь спроса. Мониторинг должен завершаться прогнозом развития рынка гостиничных и ресторанных услуг, в первую очередь спроса и предложения на основе изучения причинно-следственных связей, соответствующих тенденций и закономерностей.

Прогноз - это самый важный элемент мониторинга мирового рынка гостиничных и ресторанных услуг. Именно прогноз - это самый важный элемент мониторинга мирового рынка гостиничных и ресторанных услуг. Именно поэтому одной из главных задач мониторинга мирового рынка гостиничных и ресторанных услуг является разработка методов прогнозирования его конъюнктуры.

Особенности прогноза Возможность прогноза базируется на познании объективных законов действительности. Возможности прогнозирования социально-экономических процессов, к которым принадлежат общехозяйственная конъюнктура и конъюнктура мирового рынка гостиничных и ресторанных услуг, определяются, прежде всего характером природы причинно-следственных связей. Единичные события не могут быть предметом прогноза. Предусматривать, прогнозировать можно лишь общие свойства и закономерности процессов, которые отображают стойкие причинно-следственные связи.

Принципиальная возможность составления прогноза экономической конъюнктуры определяется наличием прямой преемственности во времени развития экономических. Принципиальная возможность составления прогноза экономической конъюнктуры определяется наличием прямой преемственности во времени развития экономических явлений. В общественном явлении всегда есть остатки прошлого, основы настоящего и зачатки будущего. Задача прогнозиста именно и состоит в том, чтобы на фоне современного с учетом прошлого найти элементы зарождаемого будущего и, исследуя общие тенденции, составить наиболее возможную картину развития этого явления на перспективу.

Цель или назначение прогноза состоит в определении вероятных альтернатив экономического развития иих социально-экономических последствий для принятия наиболее рациональных решений.

Источник:https://present5.com/n-monitoring-mirovogo-rynka-gostinichnyx-i-restorannyx-uslug/

Вопросы к обсуждению:

1. Какие известные вам службы могут проводить региональный мониторинг?
2. Почему прогноз это самый важный элемент мониторинга?
3. Какие еще статистические показатели могут быть полезны для регионального мониторинга рынка гостиничных услуг?

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Задания к разделу 1.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1.1 Гостеприимство как социально-культурный феномен.

3.Цели занятия.

- сформировать понимание об основных понятиях и определении индустрии гостеприимства;
- изучить предмет, методы и задачи дисциплины;
- раскрыть сущность индустрии гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Предмет, методы и задачи изучения дисциплины	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Сущность индустрии гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

3	Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Роль специалистов в индустрии гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания:дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

- Соотношение понятий «Туризм» и «Гостеприимство»
- Значение человеческого фактора в индустрии гостеприимства
- Особые знания и навыки, необходимые для работы в сфере гостеприимства

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1.2 Зарождение и этапы развития гостеприимства

3.Цели занятия.

- изучитьисторическое развитие индустрии гостеприимства;
- изучить зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства за рубежом и в России.

4.Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Историческое развитие индустрии гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства за рубежом	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства в России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания:дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

- Гостиничное дело в Античный период
- Гостиничное дело в Средние века
- Гостиничное дело на Востоке и в Азии
- Гостиничное дело в Европе
- Гостиничное дело в Америке
- Гостиничное дело в России

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Задания к разделу 2.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ
Тема 2.1 Международные и отечественные классификации гостиниц и номеров
3.Цели занятия.
- изучить международную классификацию средств размещения;
- изучить классификация гостиниц в Российской Федерации;
- изучить особенности классификации гостиниц за рубежом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Международная классификация средств размещения	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности классификация гостиниц за рубежом	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Классификация гостиниц по уровню обслуживания в России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: дискуссия

Вопросы для обсуждения:
1. Классификация средств размещения ВТО и РФ.

2. Таймшер.

3. Отличительные особенности курортных гостиниц и SPA – отелей.

4. Особенности транзитных гостиниц. Роль личности в развитии гостиниц – Харвей.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ
Тема 2.2 Специализированные и альтернативные средства размещения
3.Цели занятия.
- рассмотреть специализированные средства размещения;
- рассмотреть альтернативные средства размещения;
- изучить особенности различных средств размещений.

4. Структурапрактического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Альтернативные средства размещения	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Специализированные средства размещения	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Особенности бизнес-отелей, курортных гостиниц	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержаниепрактического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Среда гостиничного предприятия. Факторы, влияющие на работу отеля.
2. Факторы внешнего окружения, влияющие на работу гостиницы.
3. Внутренняя среда гостиничного предприятия. Факторы, влияющие на процесс оказания гостиничных услуг.
4. Основные цели классификации
5. Специализированные оздоровительные заведения.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Задания к разделу 3.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 3.1 Базовые конфигурации гостиничных зданий и распределение площадей. Дизайн гостиничного интерьера

3.Цели занятия.

- ознакомиться с основными факторами, предопределяющими выбор площадей для размещения гостиничного комплекса;
- рассмотреть дизайны гостиничного интерьера;
- рассмотреть интерьер, как влияние на качество обслуживания.

4. Структура практического (семинарского)занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Основные факторы, предопределяющие выбор площадей для размещения гостиничного комплекса	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Дизайн гостиничного интерьера	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Влияние интерьера на уровенькомфорта и качественные условия для обслуживания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержаниепрактического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Влияние интерьера на уровень корпоративной культуры, создание комфорта и обеспечивает оптимальные условия для обслуживания.
2. Характеристика стилей дизайна и примеры стилей, используемые в отелях.
3. Особенности гостиничного интерьера в зарубежных странах.
4. Примеры лучших отелей России, входящих в число лучших отелей мира.
5. Проблемы гостиничного интерьера в России и за рубежом.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 3.2 Современное состояние гостиничного дизайна. Фирменный стиль гостиницы и требования к нему.

3.Цели занятия.

- ознакомиться ссовременное состоянием гостиничного дизайна в России;
- изучить как создается фирменный стиль гостиницы и основные требования к нему;

- рассмотреть этапы разработки фирменного стиля.

4. Структурапрактического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Современное состояние гостиничного дизайна в России.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Создание фирменного стиля гостиницы и основные требования к нему	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Этапы разработки фирменного стиля	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского)занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания:кейс-задание

Содержание кейс-задания:
Используя дизайнерские и креативные решения разработать и представить на защиту в виде презентации концепцию фирменного стиля гостиницы:

1. разработка логотипа и эмблемы гостиницы;
2. размещение фирменной символики на текстиле, индивидуальной продукции, коврах, посуде и т.д.;
3. подбор фирменных цветов;
4. разработка полиграфической продукции;
5. подбор формы для персонала.

Этапы разработки фирменного стиля:

1. Составление технического задания, т. е. определение информационной нагрузки, которую должен нести фирменный стиль. Подробно изучается сфера деятельности компании вплоть до исследования сегмента рынка (при необходимости); образ, который должен создаваться в сознании потенциального потребителя. Разрабатываются варианты товарного знака, логотипа, а также пакет фирменного стиля (так называемый бренд-book), который включает множество компонентов.
2. Дизайнерская разработка фонотипа (названия) (графического исполнения); визуальных составляющих фирменного стиля, цветового решения фирменного стиля, типографики

фирменного стиля (гаммы шрифтов), носителей (элементов) стиля (в том числе дизайна фасада здания, интерьера и др.).
3. Проведение патентных исследований.
4. Правовая защита. Эти этапы включают экспертизу заявляемого обозначения, проверку на тождество и сходство с уже зарегистрированными обозначениями и разработку рекомендаций по усилению охраноспособности разрабатываемого обозначения.

Концепция разработки фирменного стиля отеля должна основываться на нескольких функциональных аспектах:

1. Во-первых, создание графического фирменного блока. В этом случае она сводится к созданию и последующей доработке фирменного знака, то есть всевозможных сочетаний логотипа, набора фирменных шрифтов и самой необходимой текстовой информации.
2. Во-вторых, элемент маркетингового комплекса, включающий имиджевую рекламу.
3. В-третьих, элемент менеджмента – корпоративная культура.
4. В-четвёртых, дизайн-задача – оформление гостиничных интерьеров, дизайн внутренних и внешних помещений.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – кейс-задание

Задания к разделу 4.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА
Тема 4.1. Структура управления гостиницей: элементы и уровни
3.Цели занятия.
- изучить организационную структуру управления гостиницы;
- ознакомиться стипами организационных структур в индустрии гостеприимства;
- рассмотреть модели организации гостиничного бизнеса.

4. Структура практического (семинарского)занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Организационная структура управления гостиницей	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Типы организационных структур в индустрии гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Модели организации гостиничного бизнеса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского)занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания:дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Организационная структура управления гостиницей.
1. Характеристика основных элементов организационной структуры управления гостиницей.
2. Горизонтальные и вертикальные связи в организационной структуре управления гостиницей.
3. Преимущества и недостатки линейной структуры управления гостиницей.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА
Тема 4.2. Управление качеством на предприятиях индустрии гостеприимства
3.Цели занятия.
- изучить работу коммерческой службы в системе гостиничных предприятий;
- ознакомиться с службами гостиницы;
- изучить специфику управленческой структуры гостиницы;
- изучить вспомогательную оперативную службу гостиничного комплекса.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Специфика управленческой структуры гостиничного комплекса	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Основные службы гостиницы.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Коммерческая служба в системе эксплуатации гостиничных объектов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Вспомогательная оперативная служба гостиничного комплекса	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания:дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Недостатки функциональной структуры управления гостиницей.
2. Модели организации гостиничного бизнеса.
3. Основные модели организации гостиничного дела.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Задания для раздела 5.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 5. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СТРУКТУРА, СЕРВИС
Тема 5.1 Службы предоставления основных услуг
3.Цели занятия.
- изучить особенности функционирования службы управления номерным фондом;
- ознакомиться с функциями подразделений службы управления номерным фондом;
- рассмотреть деятельность служб основных гостиничных служб в процессе обслуживания.

4. Структура практического (семинарского)занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Особенности функционирования службы управления номерным фондом	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Функции подразделений службы управления номерным фондом: служба бронирования; служба приема и размещения; хозяйственная служба.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Деятельность основных гостиничных служб в процессе цикла обслуживания гостей	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского)занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания:кейс-задание
Задание 5.1:
В общении между собой и в деловой документации профессионалы сферы гостеприимства применяют различные специфические обозначения и сокращения, в том числе и на английском языке. Незнание их может привести к недоразумениям и недопониманию деловой корреспонденции и другим досадным моментам. Заполните таблицу.

Международные сокращения	**Расшифровка**
BB	
HB	
FB	

ALL INCL
SGL
DBL
TRPL
SYIT
EXTRA BED
INF
CHL
ADT
BELLMAN
Doorman
Porter
Walk- in quest
Quest relation manager
Maids
Housekeeping department
Reservation department
Front office
Front desk
Reception
Food & Beverage
Controller
Log book
Lobby
Lobby bar
Backet folio
Room service
Pool bar

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 5. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СТРУКТУРА, СЕРВИС
Тема 2. Службы предоставления дополнительных услуг
3.Цели занятия.
- изучить дополнительные услуги;
- ознакомиться с организацией обслуживания бытового в гостинице;
- ознакомиться с организацией обслуживания транспортными услугами в гостинице;
- рассмотреть спортивно-оздоровительный сервис услуг в гостиницах.

4. Структура практического (семинарского)занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Дополнительные услуги в структуре гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Организация обслуживания бытового обслуживания и обслуживания транспортными услугами в гостинице	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

3	Спортивно-оздоровительный сервис в гостиничных комплексах	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержаниепрактического (семинарского)занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания:кейс-задание

Задание 5.2

В процессе обслуживания гостя персонал контактных служб (службы приема и размещения, службы питания и напитков) должен соблюдать определенные речевые правила, употребляя положительные слова и выражения и избегая употребления отрицательных. Предложите замену некорректных высказываний. Заполните таблицу.

Пример:

Не говорите	**Говорите**
Не раньше, чем…	*Как только…*
Недели через две…	*1 июня, 10 августа (то есть точная дата)*
Простите за …	*Благодарю Вас за…*

Не говорите	Говорите
У нас этого нет	
Это невозможно	
Это запрещено	
Вам нельзя	
Вам следует	
Вы обязаны	
Вы не поняли	
Я не в состоянии	
Я не могу	
Не согласен	
Вы ошибаетесь!	
Я не знаю, я не в курсе	
Объясните, в чем дело	
Нет проблем	
Простите, что побеспокоил	
Будете ждать или перезвоните?	
Что Вы хотите?	
Что Вы говорите?	
Кто говорит?	
Не вешайте трубку	
Виноваты мои коллеги	
Это не моя ошибка	

Задание 5.3

Проанализируйте уровень профессионализма, ошибки и недочеты в действиях персонала гостиницы в фильме «Госпожа горничная». амер. режиссёра Уэйна Уонга «Госпожа горничная» (англ. «Maid in Manhattan»). Составьте отчет в виде таблицы из 3-х колонок. Обсудите фильм на семинарском занятии. Сравните ваши таблицы.

Имя героя **Служба** **Нарушение и ошибки**

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – кейс-задание

Задания к разделу 6.

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ
Тема 6.1. Гостиничный сервис в условиях глобализации.
3.Цели занятия.
- изучить гостиничную индустрии в условиях глобализации;
- ознакомиться с международными гостиничными цепями;
- ознакомиться с гостиничными консорциумами.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Гостиничный сервис в условиях глобализации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Международные гостиничные цепи и группы.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Гостиничные консорциумы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания:кейс-задание

Содеражние кейс-задания:

Задание 6.1.

«Мультибрендовая стратегия» в деятельности гостиничной компании.
Проанализируйте «бренд-портфолио» гостиничной цепи (по выбору студента). Разбейтесь на команды, подготовьте мультимедиа презентации. Охарактеризуйте каждый бренд по следующим критериям: количество отелей, концепция бренда, история бренда, особенности сервиса, управление отелями бренда, и стратегии продвижения на рынке гостиничных услуг.

Гостиничная цепь
«бренд-портфолио»

1) Бренд А:
2) Бренд Б:
3) Бренд В:

1. ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ
Тема 6.2. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг
3.Цели занятия.
- изучить методы статистики, социологии и маркетинга в региональном мониторинге;
- ознакомиться с региональным мониторингом рынка гостиничных услуг;
- изучить прогнозирование, как цель регионального мониторинга гостиничных услуг.

4. Структура практического (семинарского)занятия.

№ п/п	Содержание кратко	Методы и средства обучения
1	Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Методы статистики, социологии и маркетинга в региональном мониторинге	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Прогнозирование как цель регионального мониторинга гостиничных услуг	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского)занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:
Задание 6.2

Ниже представлена Карта регионального мониторинга гостиничных услуг по разделам. С согласия преподавателя выберите один из разделов и представьте информацию по всем обозначенным показателям в доступных для Вас территориальных пределах.

Карта регионального мониторинга.

1.Общая статистика по гостиницам

Общее число гостиниц, их общая площадь, площадь номеров и подсобных помещений

Число гостиниц по типам с указанием их общей площади – по типам гостиниц

Число гостиниц по форме собственности

Число гостиниц по срокам работы

Число гостиниц по месту расположения

Показатели единовременной вместимости гостиниц (кровати во всех номерах)

Число номеров и их жилая площадь

Число мест

Показатели заполняемости – место-дни

Число предприятий питания при гостиницах в целом и по отдельным их видам (Рестораны, бары, кафе и т.д.)

Число зарегистрированных гостиниц в Едином федеральном реестре

Число гостиниц входящих в зарубежные сети

Число гостиниц, входящих в отечественные сети

2.Общая статистика по дополнительным услугам

Наличие автостоянки

Услуги безопасности

Средства связи

Центр развлечения и спорта

Конференц-зал или бизнес-центр

Киоск сувениров

Киоск печати

Театральная касса

Бюро экскурсий

Химчистка и прачечная

Ремонт обуви

Парикмахерская

Справочная

Аптека

Транспортные услуги

3.Статистика по ценам

Средние цены в «высокий» сезон – целом за место-день

Средние цены за место-день по типам номеров и гостиниц в высокий сезон

Средние цены в межсезонье – в целом за место-день

Средние цены за место-день по типам номеров и гостиниц в межсезонье

4.Статистика по персоналу

Общее число работников в гостиничном сервисе

Они же – по полу

Они же – по образованию

Они же – по должности

Они же – по возрасту

Они же – по опыту работы

Они же – по зарплате

Общее число работников по типам гостиниц

5.Типология и статистика гостей – клиентов гостиниц

По демографии (пол, возраст, образование, служебное и семейное положение, доходы и.т.д.)
По основному месту жительства (регион, крупный город, средний город – от 300 тыс. нас., малый город – до 300 тыс. населения, поселок или село и.т.д.)
По цели посещения данного места (туризм, отдых, лечение, деловая поездка, личные цели, паломничество и т.д.)
По сроку пребывания в гостинице (1 сутки, от 1 до 3 суток, более 3 суток и т.д.)

6.Статистика по доходам и расходам

Среднегодовая балансовая стоимость фондов в целом

Доходы всех гостиниц в целом

Доходы гостиниц по их типам

Расходы гостиниц по эксплуатации в целом

Расходы гостиниц по эксплуатации по их типам

Средние убытки гостиниц в целом

Средние убытки гостиниц по их типам

7.Показатели эффективности деятельности гостиниц

Показатель использования места-дней – в целом и по типам гостиниц

Показатель средней продолжительности пребывания в днях – в целом и по типам гостиниц

8.Наличие городских рекламных изданий и теле- и радиоканалов

Количество и названия специальных рекламных печатных изданий

Количество и названия электронных сайтов для рекламы гостиниц и туризма

9.Названия гостиниц и их ресторанов, происхождение имени:

История,

Литература,

Городская топонимика,

Российская топонимика

Знаменитые люди

Города и страны

Мифология

Названия цепей гостиниц

Фамилии и имена владельцев и их родственников

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

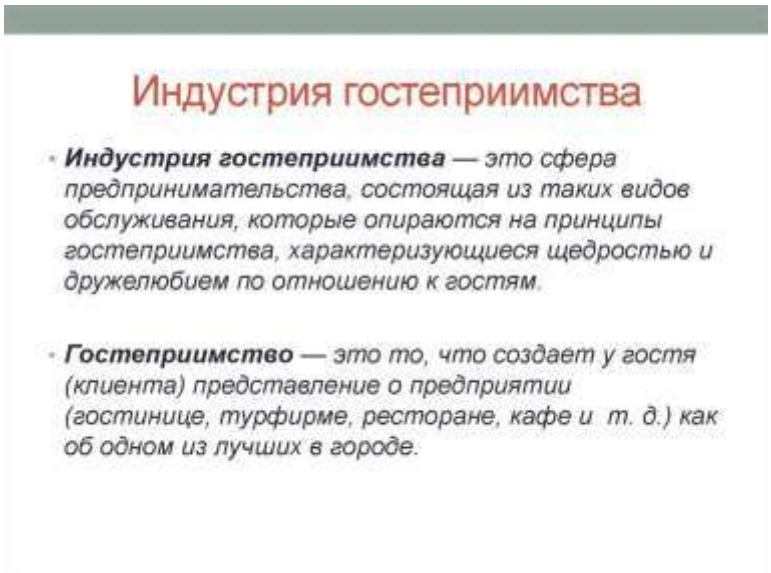
форма рубежного контроля – контрольная работа

Приложение № 4 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1.1 Гостеприимство как социально-культурный феномен



Источник: https://ppt-online.org/629717

Источник:https://mypresentation.ru/fp/?documents/0bd57d459d854f64f27bb630771b3b44/industriya-gostepriimstva-i-servisnye-uslugi/11

Источник:https://present5.com/industriya-gostepriimstva-industriya-gostepriimstva-eto-kompleksnaya/

Тема 1.2 Зарождение и этапы развития гостеприимства

Источник:https://mypresentation.ru/fp/?documents/0bd57d459d854f64f27bb630771b3b44/industriya-gostepriimstva-i-servisnye-uslugi/11

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Тема 2.1 Международные и отечественные классификации гостиниц и номеров

Источник:https://theslide.ru/uncategorized/klassifikatsiya-gostinits-i-inyh-sredstv-razmeshcheniya

«Звезды» для отелей Германии не обязательный атрибут, к тому же платный.

Часть отелей Германии стремится к тому, чтобы получить для описания своих услуг международный «звездный» уровень. Однако многие небольшие отели Германии сохраняют старую, свойственную только Германии, систему оценки гостиничного сервиса.

Источник:https://present5.com/lekciya-2-chast-2-klassifikaciya-otelej-zvezdy/

Источник:https://present5.com/lekciya-2-chast-2-klassifikaciya-otelej-zvezdy-2/

Классификации по уровню комфорта (категорийности)

Для каждой страны характерна своя классификация гостиниц и гостиницы, относящиеся к одной категории, но расположенные в разных странах, имеют существенные различия.

Европейская классификация			Американская классификация
Немецкая	Французская	Греческая	
люкс	***** (5*)	de Luxe	Super deluxe
первый класс	**** (4*)	A	Deluxe
комфортный класс	*** (3*)	B	Expensive
стандартный класс	** (2*)	C	Moderate
туристский класс	* (1*)	D	Inexpensive

Источник:https://present5.com/modul-4-industriya-turizma/

Тема 2.2 Специализированные и альтернативные средства размещения

Источник:https://slide-share.ru/organizaciya-deyatelnosti-sluzhbi-bronirovaniya-gostinichnikh-uslug-719980#

Рис. 6.1. Классификация средств размещения туристов

Источник: https://topuch.com/organizaciya-turizma/index12.html

РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 3.1 Базовые конфигурации гостиничных зданий и распределение площадей. Дизайн гостиничного интерьера

Источник:https://dr-web.ru/prezentacii/interer-gostinicy-i-ego-vliyanie-na-kachestvo-obsluzhivaniya.html

Источник:https://myslide.ru/presentation/sovremennye-tendencii-v-oformlenii-gostinichnyx-intererov

Тема 3.2 Современное состояние гостиничного дизайна. Фирменный стиль гостиницы и требования к нему

Источник:https://slide-share.ru/imidzh-gostinichnogo-predpriyatiya-kak-ehlement-pozicionirovaniya-331260

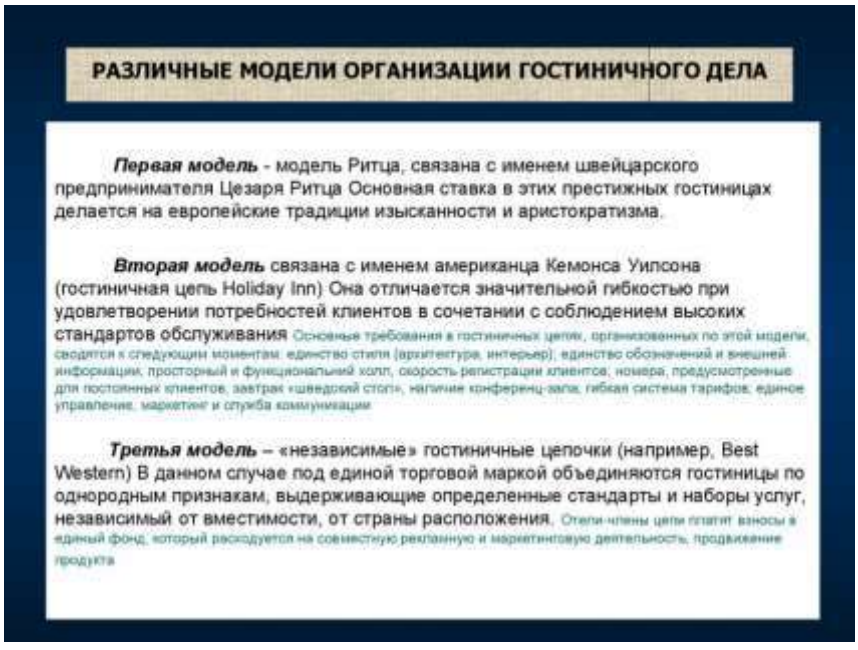
Источник:https://vadim-galkin.ru/business-basics/marketing-business-basics/firmennyj-stil-kak-marketingovyj-instrument/

РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Тема 4.1. Структура управления гостиницей: элементы и уровни

Источник:https://ppt-online.org/496955

Источник:https://ppt-online.org/11847



Источник:https://ppt-online.org/521918

Тема 4.2. Управление качеством на предприятиях индустрии гостеприимства

Источник:https://present5.com/organizacionnaya-struktura-gostinicy-gostinichnogo-predpriyatiya-rabota/

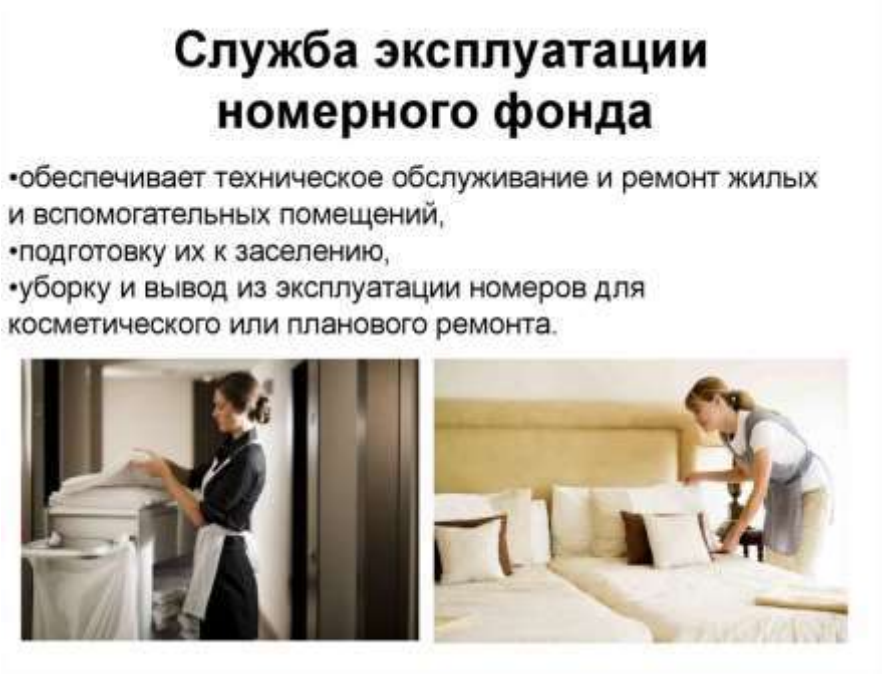
Источник:https://ppt-online.org/202606

РАЗДЕЛ 5. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СТРУКТУРА, СЕРВИС

Тема 5.1 Службы предоставления основных услуг

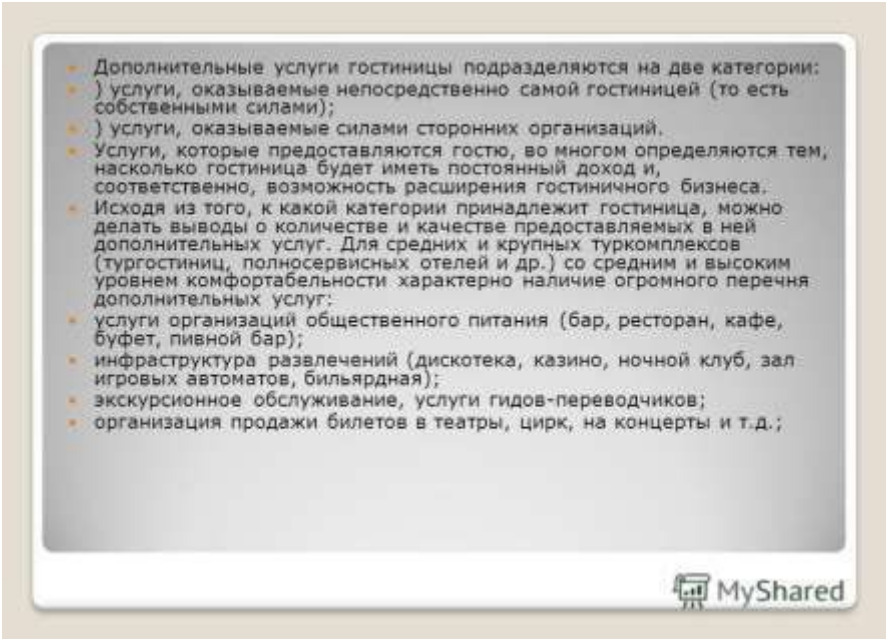
Источник:https://ppt-online.org/543206

Источник:https://studfile.net/preview/1725796/page:13/



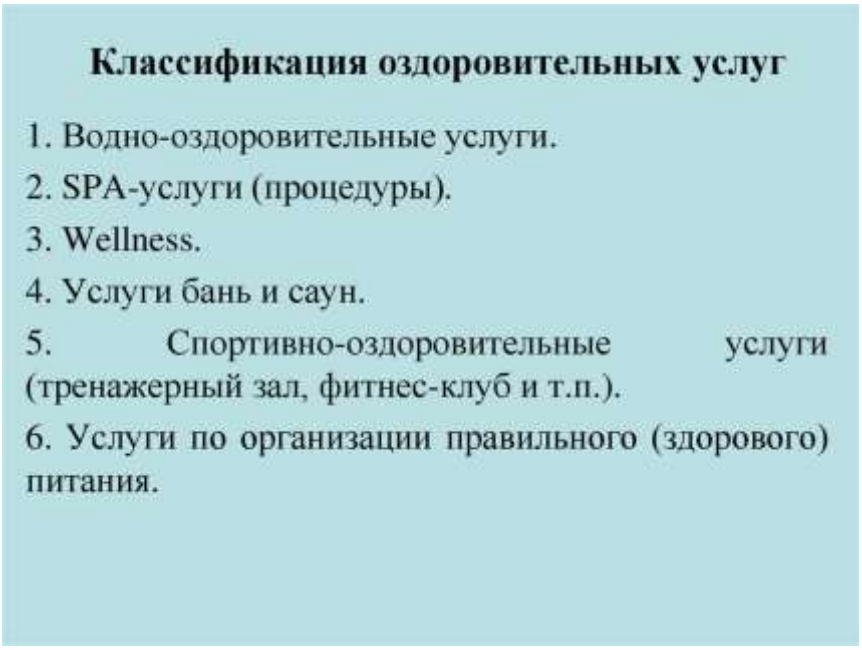
Источник:https://ppt-online.org/191985

Тема 5.2. Службы предоставления дополнительных услуг



Источник:http://www.myshared.ru/slide/1354100/

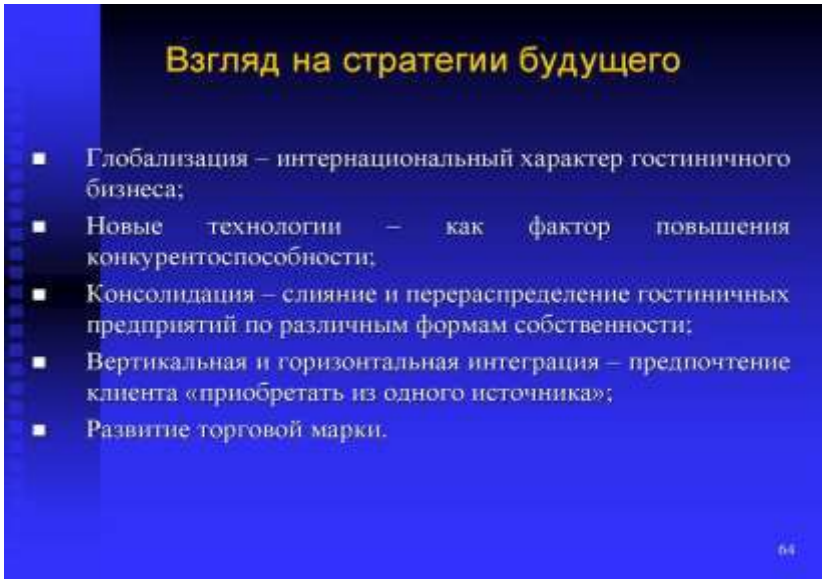
Источник:https://ppt-online.org/421321



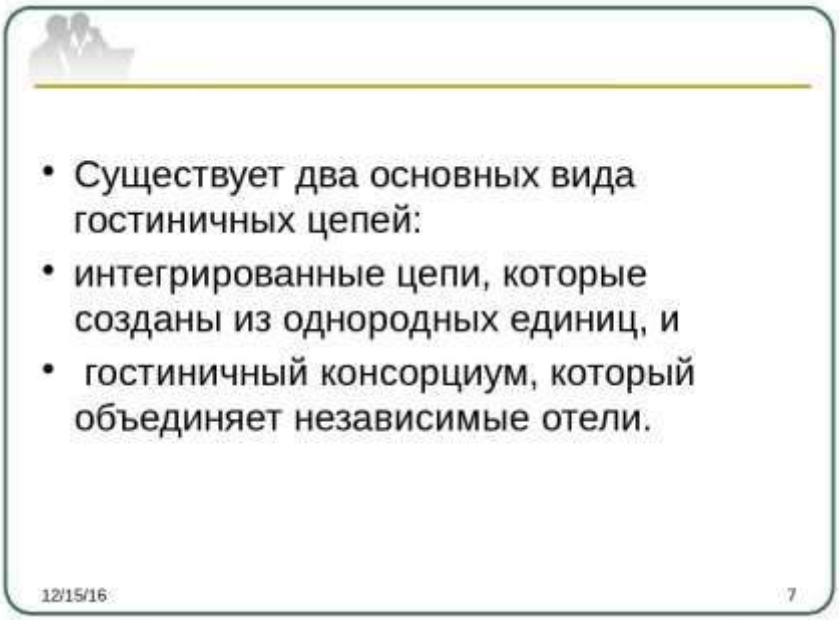
Источник: https://ppt-online.org/313544

РАЗДЕЛ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Тема 6.1. Гостиничный сервис в условиях глобализации



Источник:https://ppt-online.org/138953

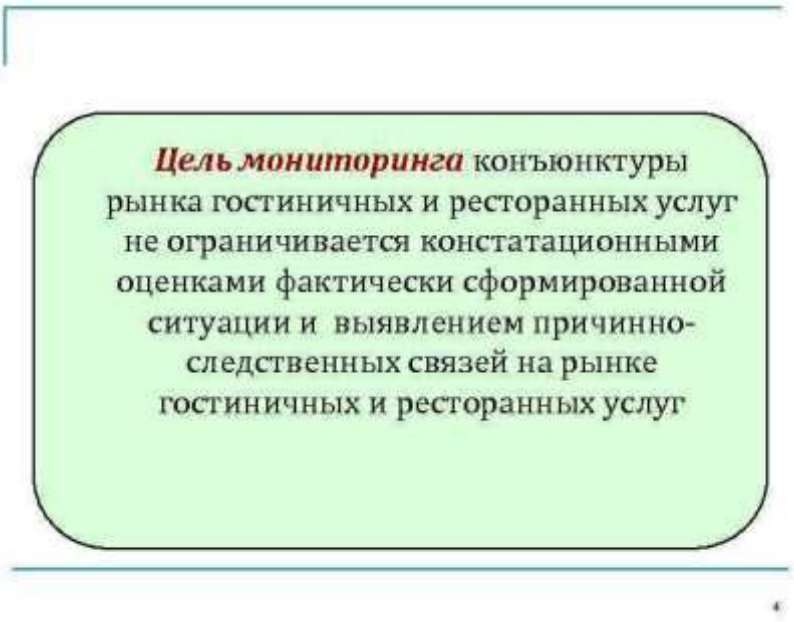


Источник:https://present5.com/mezhdunarodnye-i-rossijskie-gostinichnye-cepi-modeli-mezhdunarodnyx/

Компания-оператор	Страна, год основания	Количество номеров	Количество гостиниц	Количество отелей сети в России
Inter Continental Hotels Group	Великобритания, 2003	658 348	4 480	13
Hilton Worldwide	США, 1919	653 238	3 943	8
Marriott International	США, 1927	617 837	3 537	13
Wyndham Hotel Group	США, 1981	613 126	7 205	3
Accor	Франция, 1967	531 714	4 426	19
Choice Hotels International	США, 1940	502 460	6 023	–
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	США, 1969	315 346	1 077	5
Best Western International	США, 1946	311 598	4 078	2
Home Inns (+Motel 168)	Китай, н/д	176 562	1 426	–
Carlson Rezidor Hotel Group	США, 2000	165 802	1 077	10
Global Hyatt Corp.	США, 1957	134 296	831	4
Golden Tulip Hospitality Group	Нидерланды, 1962	75 300	780	18
Kempinski	Германия, 1897	19 165	80	4
Swissôtel Hotels & Resorts	Швейцария, 1980	13 000	30	4
Azimut Hotels Company	Россия, 2004	9 000	22	22
Amaks Hotels & Resorts	Россия, 2004	6 000	27	25
Heliopark Hotels & Resorts	Россия, 2000	2 500	17	12

Источник:https://iknigi.net/avtor-albina-chaplina/171791-strategicheskoe-razvitie-predpriyatiy-gostinichnyh-uslug-na-osnove-reputacionnogo-potenciala-albina-chaplina/read/page-1.html

Тема 6.2. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг



Прогноз - это самый важный элемент мониторинга мирового рынка гостиничных и ресторанных услуг. Именно поэтому одной из главных задач мониторинга мирового рынка гостиничных и ресторанных услуг является разработка методов прогнозирования его конъюнктуры

Методы прогнозирования

1. ***Экстраполяция.***
2. ***Нормативные расчеты,*** в том числе интерполяция.
3. ***Метод экспертных оценок*** (преимущественно для долгосрочных прогнозов):
   - Индивидуальная экспертная оценка
   - Коллективная экспертная оценка
   - Метод психоинтеллектуальной генерации идей
   - Аналитический метод
   - Метод интервью
   - Метод экспертных комиссий
   - Дельфийский метод (метод Делфи)
   - Метод коллективной генерации идей (метод «мозгового штурма»).

Источник:https://present5.com/n-monitoring-mirovogo-rynka-gostinichnyx-i-restorannyx-uslug/

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 515 от 08.06.2017г	Протокол заседания кафедры № 7 от «26» февраля 2024 года	01.09.2024
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЭКОНОМИКА ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
43.03.03 Гостиничное дело

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Предпринимательская и производственная функции на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса	
Тема 1.1. Предпринимательство как экономическая категория	Предпринимательство, Классическое предпринимательство, Инновационное предпринимательство, стадии предпринимательской деятельности, предпринимательская среда, Экономические условия, социальные условия, правовые условия.
Тема 1.2. Предприятие и предпринимательская деятельность	Хозяйственные товарищества, полное товарищество, товарищество на вере, производственный кооператив, акционерное общество, публичное акционерное общество, непубличное акционерное общество, унитарное предприятие, хозяйственный прирост, банкротство.
РАЗДЕЛ 2. Основные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса	
Тема 2.1. Основные средства предприятия: понятие и классификация	Основные средства, основные непроизводственные средства, переоценка основных фондов.
Тема 2.2. Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств	Коэффициент загрузки оборудования, Коэффициент сменности оборудования, Коэффициент интенсивного использования оборудования, Коэффициент интегрального использования оборудования, фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность труда, рентабельность основных производственных фондов.

РАЗДЕЛ 3. Оборотные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса	
Тема 3.1. Оборотные средства предприятия, их характеристика	Оборотные средства, фонды обращения, общая длительность кругооборота, денежная стадия кругооборота, производительная стадия круговорота.
Тема 3.2. Показатели эффективности использования оборотных средств	Скорость оборачиваемости оборотных средств, абсолютное высвобождение оборотных средств, относительное высвобождение оборотных средств.
РАЗДЕЛ 4. Издержки производства предприятия и их учет	
Тема 4.1. Издержки и их классификация	Прямые расходы, косвенные расходы, накладные расходы, пропорциональные траты, непропорциональные траты, элементные расходы, комплексные затраты, предстоящие затраты.
Тема 4.2. Калькуляция себестоимости продукции и услуг	Калькулирование, себестоимость продукции/услуг, производственная себестоимость, полная себестоимость, плановая калькуляция, сметная калькуляция, нормативная калькуляция, проектная калькуляция, отчетная калькуляция, хозрасчетная калькуляция.
Раздел 5. Прибыль и безубыточность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса	
Тема 5.1. Прибыль предприятия и методы ее расчета	Цена, обеспечение выживаемости, максимизация прибыли, удержание рынка, прямые способы, косвенные способы.
Тема 5.2. Безубыточность работы предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение	Метод «гонка за лидером», Метод «баланса доходов и расходов», метод «ценовой дискриминации»,метод «издержки плюс», параметрический метод, управление доходами гостиницы, сезонная скидка.
Раздел 6. Анализ хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса	
Тема 6.1. Анализ оборотных активов предприятия	Прибыль, общая прибыль, метод прямого счета, метод ассортиментного планирования прибыли, аналитический метод планирования, метод совмещенного расчета, метод мультипликативного эффекта.
Тема 6.2. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг	Сумма покрытия, коэффициент покрытия, пороговый (критический) объем продаж, порог рентабельности, запас финансовой прочности, маржа безопасности.
Раздел 7. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия Гостинично-ресторанного бизнеса	
Тема 7.1. Финансовая устойчивость предприятия	Собственный капитал предприятия, оборотный капитал, дополнительные расходы, производственные запасы.
Тема 7.2. Оценка платежеспособности и	Рентабельность, рентабельность инвестиций, рентабельность производства, рентабельность продукции, коэффициент оборота общих активов.

ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток	
Раздел 8. Планирование хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса	
Тема 8.1. Содержание и методы планирования	Финансовая устойчивость, уровень рентабельности, анализ коэффициентов.
Тема 8.2. Финансовое планирование на предприятии	Платежеспособность предприятия, ликвидность предприятия, ликвидный денежный поток, чистая кредитная позиция.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот

метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей

правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Предпринимательская и производственная функции на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса.

Тема 1.1. Предпринимательство как экономическая категория.

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте состав дисциплин входящих в экономическую науку.
2. Что изучает экономика предприятия?
3. Охарактеризуйте значение туризма на макроэкономическом уровне и перечислите показатели оценки эффективности деятельности туризма на макроуровне.
4. Охарактеризуйте значение туризма на микроэкономическом уровне и перечислите показатели оценки эффективности деятельности туризма на микроуровне.
5. Объясните понятия Экономическая деятельность предприятия и Экономические агенты.

Тема 1.2. Предприятие и предпринимательская деятельность.

Вопросы для самоподготовки:

1. Объясните понятие экономического кругооборота.
2. Охарактеризуйте состав предприятий ИГиТ.
3. В чем заключается рыночный кругооборот благ и доходов?
4. Объясните понятие рынка и разновидности.
5. На каких рынках домохозяйство является продавцом, а на каких покупателем?
6. Как связаны равновесия на рынках совершенной конкуренции и двойной монополии?
7. Что такое рыночная власть?
8. Объясните понятие спроса и предложения в туризме, рыночное равновесие.

РАЗДЕЛ 2. Основные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

Тема 2.1. Основные средства предприятия: понятие и классификация.

Вопросы для самоподготовки:

1. Содержание категории «основные фонды». Состав и виды основных фондов.
2. Планирование основных фондов и формулы расчёта потребности туристского предприятия в оборудовании.
3. Физические и моральный износ основных фондов и формулы их расчёта.

Тема 2.2. Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств.

Вопросы для самоподготовки:

1. Показатели экстенсивного и интенсивного использования основных фондов.
2. Показатели фондоотдачи и фондоёмкости.
3. Показатели фондовооруженности и производительности труда.
4. Понятие амортизации основных фондов и расчёт нормы амортизационных отчислений.
5. Содержание категории аренда, виды аренды.
6. Лизинг – понятие, содержание и схема организации.
7. Расчёт лизинговых платежей.

РАЗДЕЛ 3. Оборотные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

Тема 3.1. Оборотные средства предприятия, их характеристика.

Вопросы для самоподготовки:

1. Перечислите основные финансовые ресурсы предприятия и их взаимосвязь и воздействие.
2. Оборотные фонды предприятия - экономическая категория.
3. Состав оборотных фондов предприятия.
4. Планирование потребности в оборотных фондах – формулы расчёта.

Тема 3.2. Показатели эффективности использования оборотных средств

Вопросы для самоподготовки:

1. Коэффициенты использования оборотных средств.
2. Опишите основные задачи управления дебиторской задолженностью на предприятии, назовите формулы расчёта коэффициентов оборачиваемости дебиторской задолженности.
3. В чём заключается анализ и управление кредиторской задолженностью на предприятии, назовите формулы расчёта коэффициентов оборачиваемости дебиторской задолженности.

РАЗДЕЛ 4. Издержки производства предприятия и их учет.

Тема 4.1. Издержки и их классификация

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация затрат по первичным элементам.
2. Классификация затрат по статьям калькуляции.
3. Классификация затрат по способу отнесения затрат на себестоимость продукции, услуг.
4. Классификация затрат по функциональной роли в формировании себестоимости продукции, услуг.
5. Классификация затрат по степени зависимости от изменения объема производства.
6. Классификация затрат в зависимости от времени возникновения и отнесения на себестоимость продукции.

Тема 4.2. Калькуляция себестоимости продукции и услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Определите понятие «себестоимость продукции/услуг».
2. Дайте определение производственной себестоимости продукции/услуг.
3. Дайте определение полной себестоимости продукции/услуг.
4. В чем заключается нормативный метод калькуляции?
5. Объясните содержание позаказного метода калькуляции.
6. Охарактеризуйте альтернативные, бухгалтерские, явные и неявные издержки.
7. Сформулируйте основное отличие между постоянными и переменными издержками предприятия.
8. Содержание и формула расчета общих издержек предприятия.
9. Понятие и формула расчета средних постоянных издержек.
10. Понятие и формула расчета средних переменных издержек.
11. Понятие и формула расчета средних общих издержек.
12. Классификация затрат по первичным элементам.
13. Основное отличие «стандарт-костинга» от «дирекг-костинга

РАЗДЕЛ 5. Прибыль и безубыточность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 5.1. Прибыль предприятия и методы ее расчета

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте основные составляющие структуры цены.
2. Перечислите функции цены в экономике.
3. Охарактеризуйте основные направления ценовой политики.
4. Стратегии дифференцированного ценообразования.
5. Стратегии ассортиментного ценообразования.
6. Стратегии конкурентного ценообразования.
7. Объясните взаимосвязь целей фирмы, характеристик покупателей и стратегий ценообразования.
8. Охарактеризуйте маркетинговые методы ценообразования.

Тема 5.2. Безубыточность работы предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение

Вопросы для самоподготовки:

1. Методы ценообразования как установление надбавок к затратам.
2. Метод ценообразования «баланса доходов и расходов».
3. Параметрический метод определения цены.
4. Объясните алгоритм расчета цены продаж на услугу.
5. Объясните расчет цены по системе «директ-костинг».
6. Объясните особенности ценообразования в турфирме.
7. Поясните структуру цены на туристский продукт (тур).
8. Объясните формулу расчета туристского пакета и приведите пример расчета стоимости тура.

Раздел 6. Анализ хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 6.1. Анализ оборотных активов предприятияб

Вопросы для самоподготовки:

1. Прибыль предприятия как экономическая категория, виды прибыли.
2. Метод прямого счета планирования прибыли.
3. Ассортиментный метод планирования прибыли.
4. Аналитический метод планирования прибыли.
5. Метод совмещенного расчета прибыли.
6. Мультипликативный метод расчета прибыли.

Тема 6.2. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте механизм налогообложения прибыли на предприятии Гостинично-ресторанного бизнеса.
2. Алгоритм корректировки валовой прибыли.
3. Объясните понятие точки безубыточности предприятия и характеризующие ее показатели.
4. Операционный (производственный) рычаг и методы его расчета.
5. Финансовый рычаг и методы его расчета.
6. Сопряженный рычаг и методы его расчета.

РАЗДЕЛ 7. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия Гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 7.1. Финансовая устойчивость предприятия

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключается анализ хозяйственной деятельности (основные понятия, виды и методы анализа)?
2. Перечислите основные направления использования результатов анализа финансово-хозяйственной деятельности и цели его проведения.
3. Объясните структуру агрегированного баланса.
4. Объясните понятия вертикального и горизонтального анализа.
5. Коэффициенты рентабельности капитала.
6. Коэффициенты рентабельности продукции/услуг.

Тема 7.2. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток

Вопросы для самоподготовки:

1. Коэффициенты эффективности труда.
2. Коэффициенты анализа дебиторской задолженности.
3. Коэффициенты анализа кредиторской задолженности.
4. Коэффициент анализа оборота товарно-материальных запасов.
5. Коэффициент анализа оборота общих активов.
6. Коэффициент анализа процентных выплат по займам.

РАЗДЕЛ 8. Планирование хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 8.1. Содержание и методы планирования

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое финансовая устойчивость предприятия и в чем она выражается?
2. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость.
3. Изложите методику оценки и анализа финансовой устойчивости по абсолютным показателям.
4. Расскажите о типах финансовой устойчивости предприятия на основе трехмерной модели.
5. Изложите методику оценки и анализа финансовой устойчивости по относительным показателям.

Тема 8.2. Финансовое планирование на предприятии

Вопросы для самоподготовки:

1. Коэффициенты ликвидности гостиничного предприятия.
2. Раскройте понятие «ликвидный денежный поток».
3. Изложите методику диагностики банкротства предприятия, формула расчета.
4. Аналитическая «Модель Альтмана» определения банкротства.
5. Двухфакторная модель определения банкротства.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Предпринимательская и производственная функции на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса.

Тема 1.1. Предпринимательство как экономическая категория.

Источник: https://yandex.ru/images/search?img_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fz%2FZLP4j9xHAXSNEIaiOgFwQKq1V6uDnM2fBr38vl%2Fslide-2.jpg&lr=213&ogl_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fz%2FZLP4j9xHAXSNEIaiOgFwQKq1V6uDnM2fBr38vl%2Fslide-2.jpg&pos=0&rlt_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2F0%2F09deyHtuER2IMgAvbBQrsLiaGfJ4FDx5nwKl1Z%2Fslide-3.jpg&rpt=simage&source=serp&text=2.%20%D0%A7%D1%82%D0%BE%20%D0%B8%D0%B7%D1%83%D1%87%D0%B0%D0%B5%D1%82%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F%20%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%B8

Источник: https://yandex.ru/images/search?img_url=https%3A%2F%2Fprezentacii.org%2Fupload%2Fcloud%2F19%2F01%2F114002%2Fimages%2Fscreen12.jpg&lr=213&ogl_url=https%3A%2F%2Fprezentacii.org%2Fupload%2Fcloud%2F19%2F01%2F114002%2Fimages%2Fscreen12.jpg&pos=0&rlt_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fh%2FH7RTspqaeDx6lZm91n0zuQA3YOhyLdiXJtV4jF%2Fslide-9.jpg&rpt=simage&source=serp&text=признаки%20предпринимательства

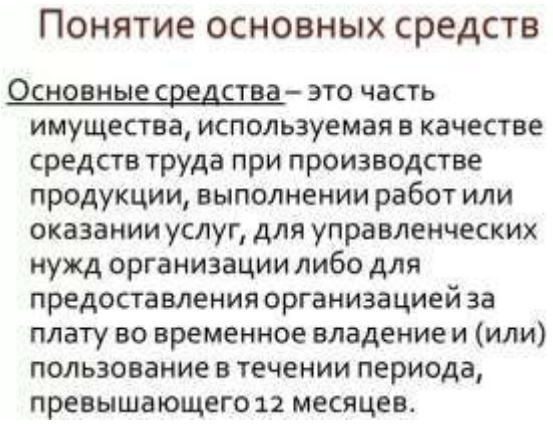
Тема 1.2. Предприятие и предпринимательская деятельность

Источник: https://yandex.ru/images/search?img_url=https%3A%2F%2Fcf3.ppt-online.org%2Ffiles3%2Fslide%2Fy%2FymuDFiCtwRX50agszPWqIOfZSkNxBE13nleQro%2Fslide-20.jpg&lr=213&ogl_url=https%3A%2F%2Fcf3.ppt-online.org%2Ffiles3%2Fslide%2Fy%2FymuDFiCtwRX50agszPWqIOfZSkNxBE13nleQro%2Fslide-20.jpg&pos=0&rlt_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fj%2FJZtK01xCAlz9HeDmurf84F2XWVTbsvdyk5p7RG%2Fslide-7.jpg&rpt=simage&source=serp&text=%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D1%8B%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%20%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8

Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf2.ppt-online.org%2Ffiles2%2Fslide%2Fb%2FBLCFHDn9Qxvs13EMdlIhSucKZmGt8X4JVUjr56%2Fslide-10.jpg&lr=213&pos=0&rpt=simage&text=%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%20%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8

РАЗДЕЛ 2. Основные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 2.1. Основные средства предприятия: понятие и классификация



Источник:
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fprezentacii.org%2Fupload%2Fcloud%2F19%2F01%2F110408%2Fimages%2Fscreen3.jpg&lr=213&pos=0&rpt=simage&text=%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B5%20%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2

Источник:
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fbe5.biz%2Fekonomika%2Fb047%2Fimage%2F1.png&lr=213&pos=7&rpt=simage&text=%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2

Тема 2.2. Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств

Источник:
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fs%2FSwgdZ3ThBVmnCyzNEvOrQ2JRoIFlXG0DYqxa15ut8%2Fslide-12.jpg&lr=213&pos=1&rpt=simage&text=%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D1%8B%20%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B8%20%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2

Источник:
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fstudwood.net%2Fimag_%2F29%2F148199%2Fimage001.jpg&lr=213&pos=15&rpt=simage&text=%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%B8%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2

5 Оценивается эффективность использования основных средств

Фондоотдача ОС (Фо)	**Фо=В/Фп**
Фондоемкость ОС (Фе)	**Фе= Фп / В**
Рентабельность ОС (Рф)	**Рф= П/Фп**
Экономия (увеличение) капитальных вложений в ОС за счет за счет эффективности их использования (ΔФ)	**ΔФ=[(Ф1/В1)-(Ф0/В0)]*В1**

Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fp%2FPMnbOI6fmhLeTDdrBtgxW1RyZQwHjpikqE3Az0%2Fslide-32.jpg&lr=213&pos=9&rpt=simage&text=%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2

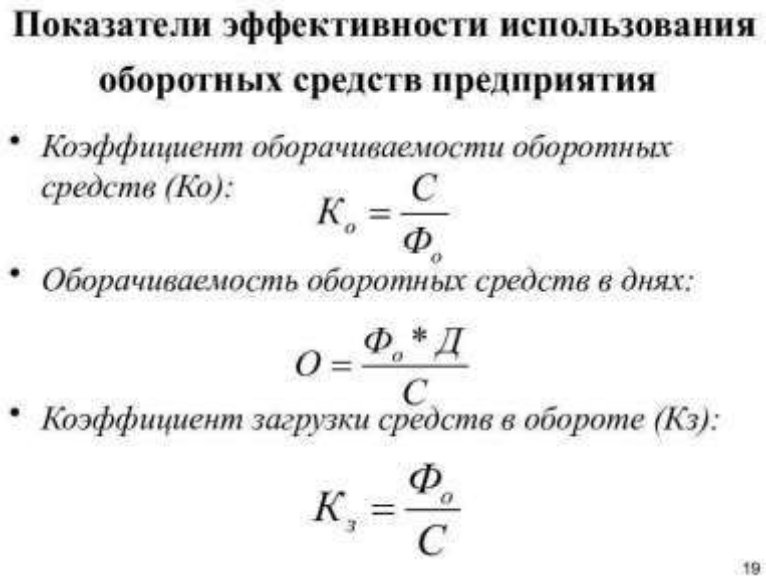
РАЗДЕЛ 3. Оборотные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 3.1. Оборотные средства предприятия, их характеристика

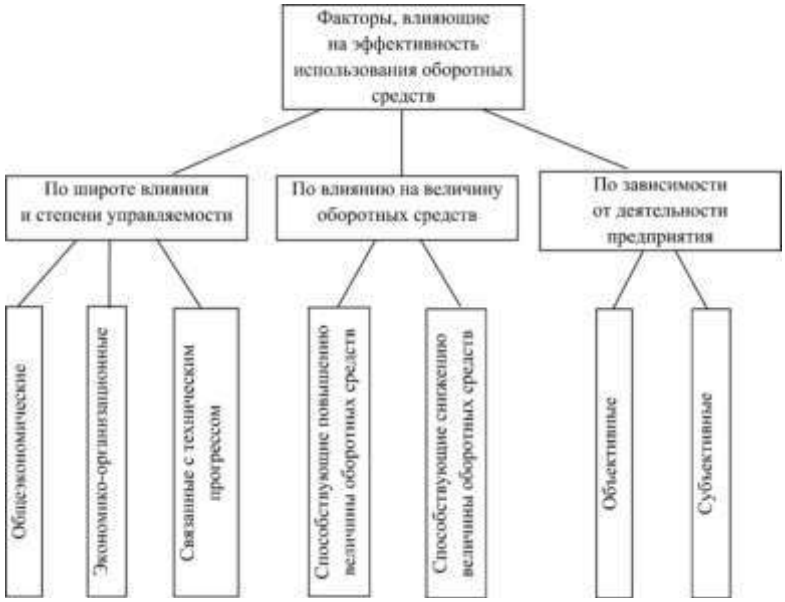
Источник: https://investolymp.ru/oborotnye-sredstva-predpriyatiya-sostav-struktura-klassifikaczii.html

Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fwww.evkova.org%2Fevkovaupload%2Fimg%2F427252.png&lr=213&pos=0&rpt=simage&text=%D1%85%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2

Тема 3.2. Показатели эффективности использования оборотных средств



Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=http%3A%2F%2Fcom-business.ru%2Fwp-content%2Fuploads%2F7%2F7%2F8%2F778b0b3dbf6593eb48605a8b8c74d5b1.jpeg&lr=213&pos=6&rpt=simage&text=%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%B8%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2



Источник: https://studref.com/358655/ekonomika/pokazateli_effektivnosti_ispolzovaniya_oborotnyh_sredstv

РАЗДЕЛ 4. Издержки производства предприятия и их учет

Тема 4.1. Издержки и их классификация

ИЗДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЯ- это

выраженные в денежной форме текущие затраты на производство и реализацию продукции (т.е. те затраты, которые несет предприятие в процессе производства и сбыта товаров и услуг).

Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fb%2FBUY57AQCRyWkpiwbaVqJKP8tr1s3Fc6TxnZNed%2Fslide-2.jpg&lr=213&pos=0&rpt=simage&text=%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%BA%D0%B8%20%D1%8D%D1%82%D0%BE

Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Ffs.znanio.ru%2Fd5af0e%2Fc7%2Fe6%2F1be1ccd2c914c3beb9c77849d4b9f79b4b.jpg&lr=213&pos=16&rpt=simage&text=%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B5%D0%BA

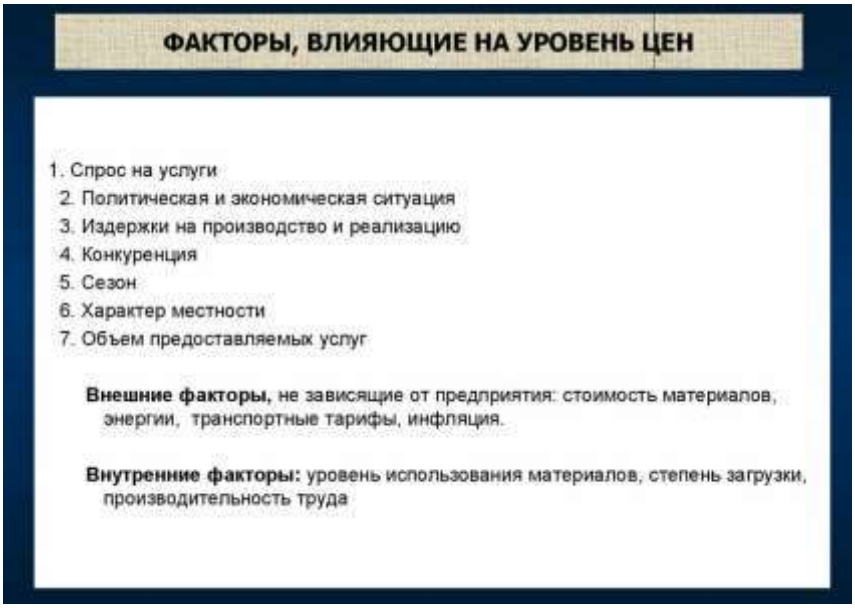
Тема 4.2. Калькуляция себестоимости продукции и услуг

Источник: http://www.myshared.ru/slide/960860/

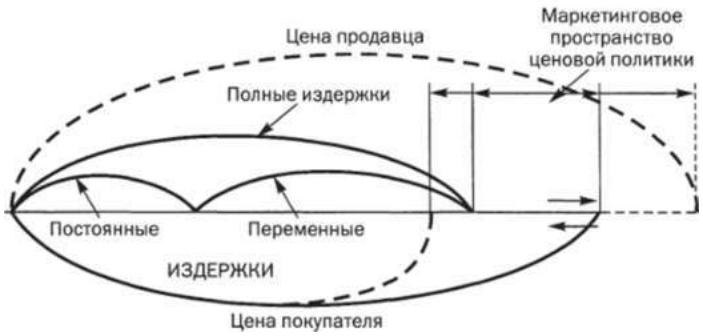
Источник:
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fvuzlit.com%2Fimag_%2F6%2F77023%2Fimage001.png&lr=213&ogl_url=https%3A%2F%2Fvuzlit.com%2Fimag_%2F6%2F77023%2Fimage001.png&pos=13&rlt_url=https%3A%2F%2Fstudref.com%2Fhtm%2Fimg%2F6%2F8124%2F8.png&rpt=simage&text=%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D1%8B%20%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D1%81%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3

РАЗДЕЛ 5. Прибыль и безубыточность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 5.1. Прибыль предприятия и методы ее расчета

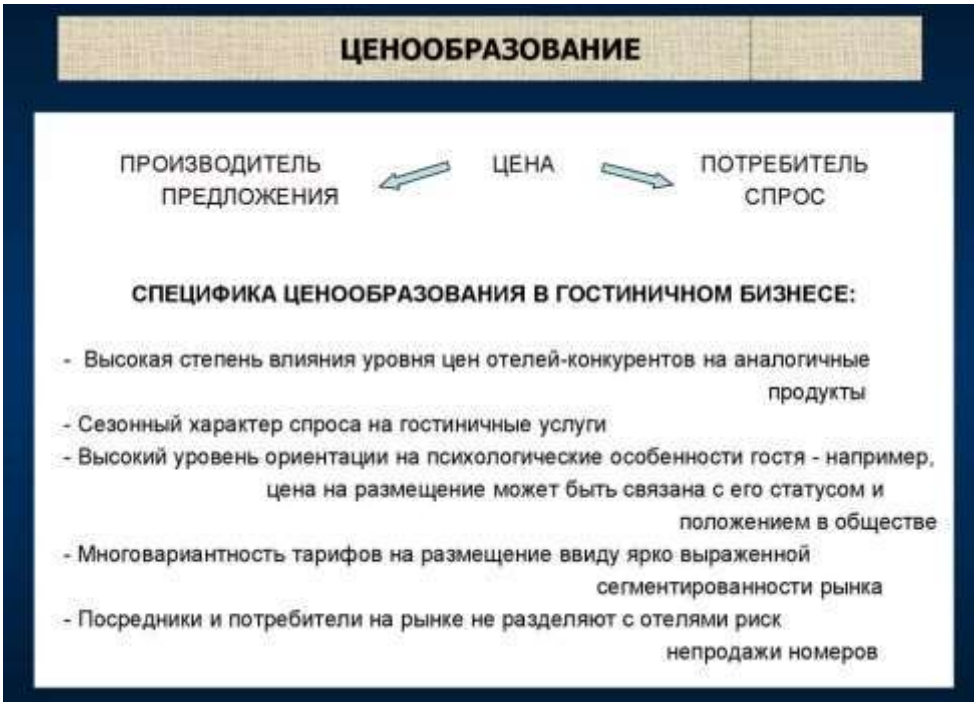


Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf2.ppt-online.org%2Ffiles2%2Fslide%2Fx%2FxQwc2d0RH1P5fMtGZyjYFhiL7KEgsINknrJ84vuqe%2Fslide-17.jpg&lr=213&pos=1&rpt=simage&text=%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%8B%20%D0%B2%D0%BB%D0%B8%D1%8F%D1%8E%D1%89%D0%B8%D0%B5%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%8B



Источник: https://studme.org/216811/ekonomika/tsenoobrazovanie_predpriyatii_igit

Тема 5.2. Безубыточность работы предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение



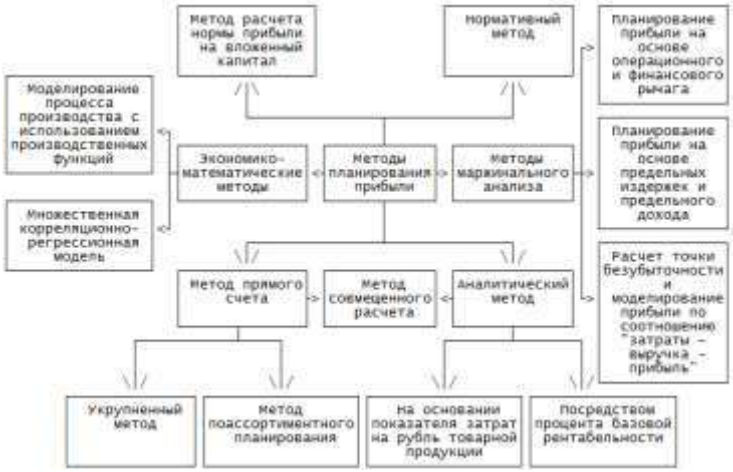
Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf2.ppt-online.org%2Ffiles2%2Fslide%2Fx%2FxQwc2d0RH1P5fMtGZyjYFhiL7KEgsINknrJ84vuqe%2Fslide-12.jpg&lr=213&pos=8&rpt=simage&text=%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D1%8B%20%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F%D1%85%20%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE-%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D0%B0

Источник: https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fmyslide.ru%2Fdocuments_3%2Fc77668211ac9187f5fda901847c6feaf%2Fimg15.jpg&lr=213&pos=6&rpt=simage&text=%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D1%8B%20%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F%D1%85%20%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE-%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D0%B0

РАЗДЕЛ 6. Анализ хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 6.1. Анализ оборотных активов предприятия

Источник: https://ppt-online.org/650550

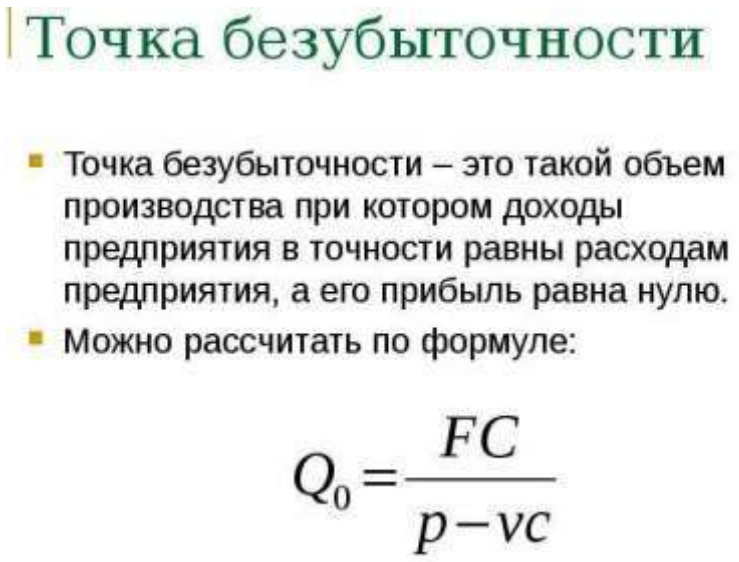


Источник: https://afdanalyse.ru/news/metody_planirovanija_pribyli_predprijatija/2010-05-10-66

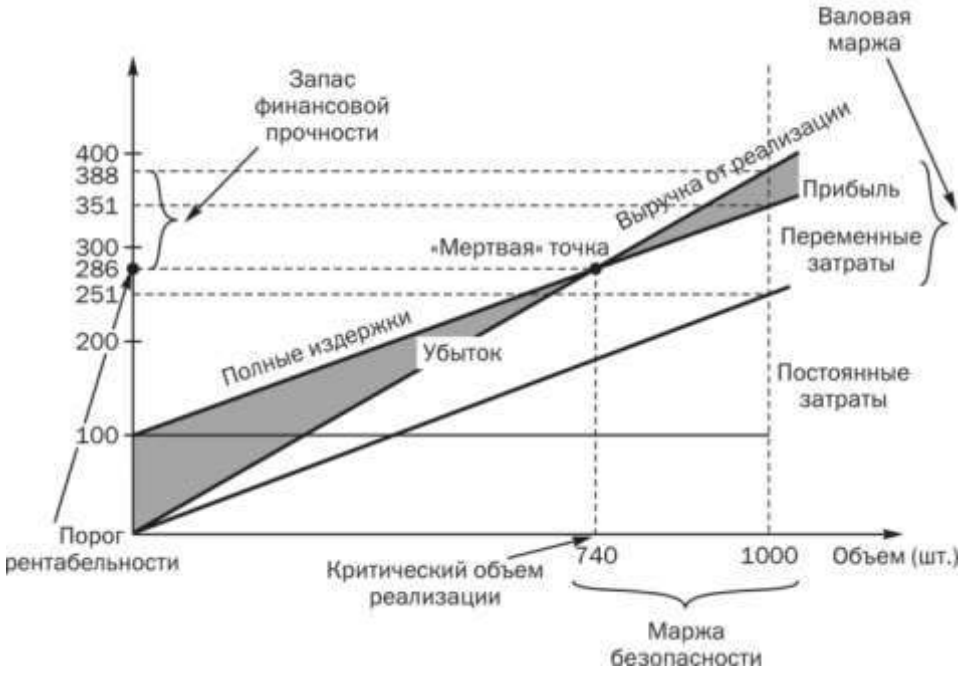
Показатели рентабельности	Формулы расчета	Назначение
Рентабельность отдельных видов продукции, всей товарной продукции и производства	Прибыль в расчете на единицу продукции / Себестоимость единицы Продукции * 100%	Характеризует прибыльность различных видов продукции, всей товарной продукции и рентабельность (доходность) предприятия. Служит основанием для установления цены
	Прибыль в расчете на товарный выпуск / Себестоимость товарной продукции * 100%	
	Балансовая (чистая) прибыль / Сумма основных производственных фондов и материальных оборотных средств * 100%	
Рентабельность реализации (продаж)	Прибыль от продажи продукции / Выручка от реализации * 100%	Показывает, какой процент прибыли получает предприятие с каждого рубля реализации. Служит основанием для выбора номенклатуры выпускаемой продукции
	Балансовая прибыль / (Чистая выручка от реализации продукции + Доходы от прочей реализации и внереализационных операций) * 100%	
Рентабельность активов (капитала)	Прибыль / Совокупные активы * 100%	Эти комплексные показатели характеризуют отдачу, которая приходится на рубль соответствующих активов.
Рентабельность текущих активов	Прибыль / Текущие активы * 100%	Отражает эффективность вложенных в предприятие денежных средств
Рентабельность чистых активов	Прибыль / Чистые активы * 100%	
Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль / Собственный капитал * 100%	Характеризует прибыль, которая приходится на рубль собственного капитала после уплаты % за кредит и налогов. Характеризует отдачу или доходность собственных средств

Источник: https://afdanalyse.ru/news/metody_planirovanija_pribyli_predprijatija/2010-05-10-66

Тема 6.2. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг



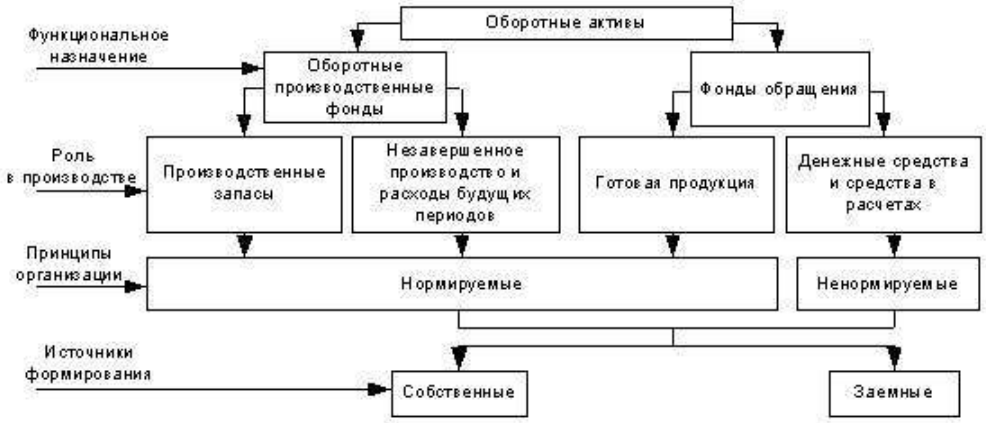
Источник https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fkredit-on.ru%2Fwp-content%2Fuploads%2Ff%2F5%2F0%2Ff50f6914c6a6b08da3f9e67550c4f820.jpeg&lr=213&pos=1&rpt=simage&text=точка%20безубыточности



Источник:
https://studref.com/615861/turizm/bezubytochnost_raboty_predpriyatiya_igit_tochka_bezubytochnosti_ponyatie_metodika_rascheta_primenenie

РАЗДЕЛ 7. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия Гостинично-ресторанного бизнеса

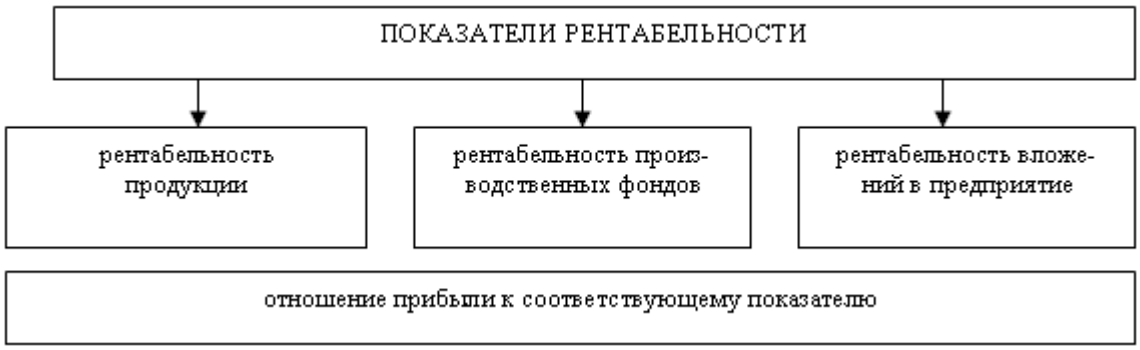
Тема 7.1. Финансовая устойчивость предприятия



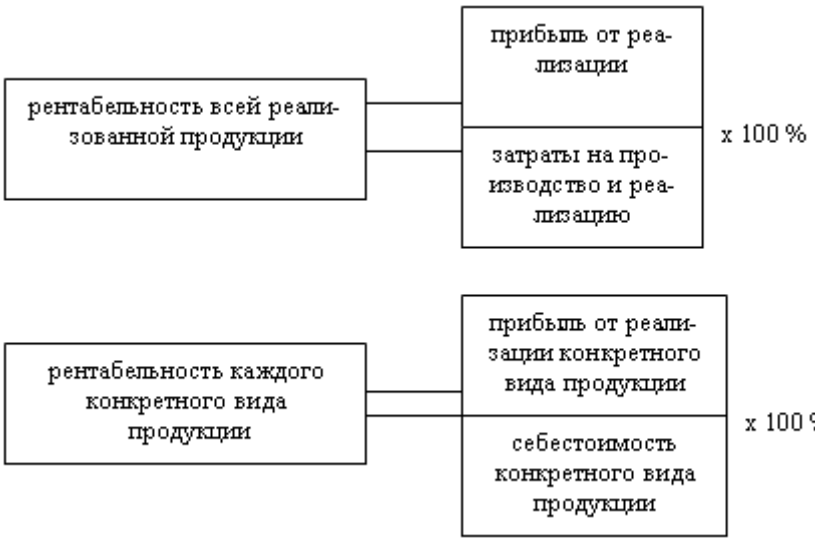
Источник: https://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/oborotnye-aktivy.html

Источник: https://www.fd.ru/articles/158298-analiz-oborotnyh-aktivov-qqq-16-m11

Тема 7.2. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток



Источник: https://ebooks.grsu.by/finansi_org/5-pokazateli-rentabelnosti-deyatelnosti-predpriyatiya.htm



Источник: https://ebooks.grsu.by/finansi_org/5-pokazateli-rentabelnosti-deyatelnosti-predpriyatiya.htm

РАЗДЕЛ 8. Планирование хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 8.1 Содержание и методы планирования

Источник: https://apni.ru/article/2706-ponyatie-finansovoj-ustojchivosti-predpriyat

Источник: https://apni.ru/article/2706-ponyatie-finansovoj-ustojchivosti-predpriyat

Тема 8.2. Финансовое планирование на предприятии

Источник: https://studref.com/666615/ekonomika/analiz_platezhesposobnosti_likvidnosti_predpriyatiya

Источник: https://studme.org/89635/ekonomika/analiz_platezhesposobnosti_suschnost_ponyatie_vidy_platezhesposobnosti_likvidnosti

Методические материалы по написанию курсовой работы

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста)**.

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;

– страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;

– приложения.

Содержание (оглавление) должно включать в себя: Введение, Основную часть, Заключение, Список использованных источников и Приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы.

Введение должно содержать в себе:

– обоснование актуальности темы курсовой работы;

– изложение цели и задач курсовой работы;

– формулировку объекта и предмета исследования, проводимого в рамках курсовой работы;

– описание методов, применяемых в ходе исследования;

– краткое содержание глав и параграфов, входящих в курсовую работу.

Введение должно быть кратким и занимать 1–2 страницы.

Актуальность темы курсовой работы может быть обоснована через разъяснение её высокой теоретической значимости и практической полезности в контексте современного положения дел в исследуемой области.

Цель курсовой работы должна быть сформулирована кратко и отражать тот результат, которого обучающийся хочет добиться в процессе проводимого им исследования.

Ошибкой в данном случае будет указывать на средства достижения цели, как на саму цель, например: «…провести анализ…», «…исследовать…» и т. п.

Задачи, перечисляемые во *Введении,* должны обозначать те конкретные шаги, посредством которых автор работы намерен достигнуть сформулированной им цели курсовой работы.

В формулировках задач могут быть использованы такие слова, как: «исследовать», «упорядочить», «систематизировать», «раскрыть», «классифицировать», «обобщить», «проанализировать», «уточнить» и т. п.

Формулировка задач курсовой работы определяет содержание её глав и параграфов. Каждый параграф должен заключать в себе выполнение какой-либо из задач, перечисленных во *Введении*. При этом желательно, чтобы количество сформулированных задач соответствовало количеству параграфов. Результаты выполнения задач должны быть кратко описаны в *Заключении*.

Объект исследования – это его заданная область.

Предмет исследования находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему.

Основная часть курсовой работы должна быть разделена на две главы, каждая из которых должна быть разбита на параграфы, количеством не менее двух в каждой главе.

При этом необходимо стремиться к равномерному распределению объема материала между разными главами и внутри них – между параграфами.

Каждый компонент Основной части должен быть закончен в смысловом отношении, но в то же время входить в состав курсовой работы как её закономерная составляющая.

Желательно завершать изложение каждой главы формулировкой тех или иных выводов, которые будут связывать по смыслу данную главу со следующей главой.

Излагаемые в тексте курсовой работы теоретические положения тех или иных авторов должны сопровождаться соответствующими ссылками, цитатами, статистическими данными.

Основная часть курсовой работы должна демонстрировать читателю степень знакомства её автора с историей рассматриваемого вопроса, с современным состоянием научных исследований в данной области, с существующими на сегодняшний день эмпирическими данными и научными теориями по избранной проблеме. В ней также должны быть аргументированно и последовательно изложены результаты произведенного автором исследования, даны рекомендации по совершенствованию научных знаний в данной предметной области.

Выдвигаемые автором теоретические положения и выводы должны быть подкреплены данными из справочников, монографий, периодических научных изданий и других источников.

Если в работе используется цифровой материал, то его предпочтительно приводить в форме таблиц. Для наглядности могут быть использованы иллюстративные материалы, такие как рисунки в виде столбчатых и секторных диаграмм, графиков и т. п.

Заключение должно содержать в себе краткое изложение наиболее существенных результатов выполненного исследования. Эти результаты должны быть сформулированы как выводы, соответствующие цели и задачам исследования, описанным во Введении. Объем заключения должен составлять 1–2 страницы.

Список использованных источников должен содержать в себе названия и описание научных статей и публикаций в специальных изданиях (сборниках научных статей вузов, профессиональной периодике и т. п.), монографий, авторефератов диссертаций, статистики, учебников и учебных пособий, если нужно – законодательных и нормативных правовых актов и пр. (в зависимости от предмета исследования конкретной курсовой работы).

Источники в Списке использованных источников компонуются по разделам:

- Нормативно-правовые акты;
- Документы архивов;
- Справочные и статистические издания;
- Учебная литература;
- Научная литература;
- Периодические издания;
- Интернет-ресурсы и т. п.

При оформлении списка использованных источников указываются все основные сведения об издании: фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства и количество страниц. Для статей, опубликованных в периодических изданиях, необходимо указывать наименование издания, номер, год, а также занимаемые страницы.

Внутри разделов источники располагаются в алфавитном порядке: по алфавиту фамилий авторов или заглавий документов.

Количество источников в Списке использованных источников **не должно быть меньше 5 наименований**.

Оценивание курсовой работы

За выполнение курсовой работы начисляется максимум 100 рейтинговых баллов.

Балльно-рейтинговая система оценки курсовой работы (далее – БРСО курсовой работы) включает в себя три вида критериев оценки: формальный, содержательный и презентационный.

Рейтинговый балл за выполнение требований формального критерия складывается из рейтинговых баллов за соблюдение сроков сдачи работы, технической грамотности оформления, грамотности структурирования работы, наличие иллюстрирующего/ расчетного материала, использования современной, зарубежной литературы и др.

Рейтинг курсовой работы по формальному критерию составляет не более 30 рейтинговых баллов.

Рейтинговый балл за выполнение требований содержательного критерия складывается из рейтинговых баллов за актуальность темы, сбалансированность разделов работы, правильности формулировки целей и задач исследования, умения использовать методы, делать выводы, объем проанализированной информации, соответствие содержания заявленной теме, степень самостоятельности, наличие элементов исследовательской работы, практическую ценность результатов работы и др.

Рейтинг курсовой работы по содержательному критерию составляет не более 50 рейтинговых баллов.

Рейтинговый балл за выполнение требований презентационного критерия складывается из рейтинговых баллов за умение докладывать и защищать точку зрения, задействовать средства визуализации и мультимедийные технологии организации доклада и др.

Рейтинг курсовой работы по презентационному критерию составляет не более 20 рейтинговых баллов.

Конкретные показатели БРСО курсовой работы формируются выпускающей кафедрой и зависят от специфики курсовой работы.

Результаты оценки по формальному и содержательному критериям формируют текущий рейтинг обучающегося.

Результаты оценки по презентационному критерию формируют рубежный рейтинг обучающегося.

Устанавливается следующая градация перевода рейтинговых баллов обучающихся в систему аттестационных оценок:

Академический рейтинг обучающегося	**Аттестационная оценка обучающегося по курсовой работе**
85-100	Отлично
75-84	Хорошо
65-74	Удовлетворительно
00-64	Неудовлетворительно

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и

наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной

литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе,

конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 1. Предпринимательская и производственная функции на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать понимание у обучающихся о предпринимательской деятельности и производственной функции на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предпринимательство как экономическая категория	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Предприятие и предпринимательская деятельность	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Предпринимательство как деятельность регулируется гражданским кодексом РФ. В соответствии с которым это — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Тема 1.1. Предпринимательство как экономическая категория

Предприятием является самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования имущества трудовым коллективом производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги. Предприятие основано на предпринимательской деятельности.

Предпринимательство — это инициативная деятельность хозяйствующих субъектов, связанная с традиционным и новаторским использованием имущества, денежных средств и других ресурсов в целях достижения коммерческого и иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

В области туристской деятельности предпринимательство в большей степени связано с оказанием услуг.

Субъектами предпринимательства (предпринимателями) могут быть как отдельные частные лица, действующие от своего имени и под свою имущественную ответственность, так и объединения партнеров, действующие под ответственность юридического лица.

Известны две модели предпринимательства: классическое и инновационное.

Классическое предпринимательство — традиционное, консервативное предпринимательство, направленное на максимальную отдачу ресурсов при использовании традиционных приемов хозяйствования для повышения рентабельности деятельности организации и обновления номенклатуры услуг.

Инновационное предпринимательство — предпринимательская деятельность на основе новаторства в целях создания новшеств посредством использования неизвестных факторов экономики или путем их нового сочетания с традиционными. Такая новаторская деятельность, как правило, приносит более ощутимый результат, чем традиционное предпринимательство, но предъявляет особые требования к предпринимателю.

Предприниматель должен:

• обладать самостоятельностью и независимостью в принятии решений по любому вопросу деловой деятельности в рамках действующего законодательства;

• иметь экономическую и иную заинтересованность в результатах своей деятельности, т.е. рассчитывать получить максимально возможную прибыль;

• идти на риск и брать на себя ответственность. Под риском понимают возможность возникновения в ходе реализации планов неблагоприятных условий, приводящих к убыткам. Различают риски производственные, коммерческие, финансовые, инвестиционные и рыночные. Методами снижения риска и уменьшения потерь от возникновения событий риска являются прогнозирование развития рынка, распределение риска между партнерами, страхование, резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов и др.;

• всегда иметь инновационный подход к деятельности (т.е. новаторство в использовании имеющихся факторов производства то- варов/услуг, в поисках и привлечении новых потребителей услуг, факторов производства, новых рынков сбыта и нетрадиционных организационных форм деятельности). Для предпринимателя движущей силой в поиске и внедрении новшеств является ожидание сверхприбылей.

Для успешной организации доходного дела в современных условиях предприниматель должен иметь хорошую профессиональную подготовку, необходимые знания в области экономики, политики, психологии, юриспруденции, организации производства продукции и услуг, а также уметь сотрудничать с учеными, специалистами по маркетингу, владельцами капитала.

В предпринимательской деятельности выделяют следующие стадии:

1) накопление и отбор предпринимательской идеи, в которой могут быть совмещены возможности предпринимателя с потребностями рынка;

2) планирование производственной и финансово-хозяйственной деятельности, маркетинга;

3) определение потребностей в ресурсах (в том числе в денежных средствах) и в поставщиках;

4) управление проектом, т.е. техническая, финансовая, организационная подготовка производства товаров/услуг, осуществление запланированной деятельности;

5) управление предприятием — контроль, анализ и корректировка действий, накопление опыта, поиск новых идей.

Успех предпринимателя зависит от условий, в которых он функционирует. Назовем некоторые из них.

Предпринимательская среда — общественные условия (ситуация), в которых осуществляется предпринимательство и которые оказывают влияние на результаты предпринимательства. Различают следующие группы условий.

Экономические условия — фактическое предложение товаров/услуг и платежеспособный спрос на них; доходы фактических и потенциальных туристов; наличие, величина и доступность заемных средств для предпринимателей; наличие альтернативных товаров/услуг и цен на них; развитость инфраструктуры туристского рынка; условия конкуренции.

Социальные условия — это представление общества о путях развития предпринимательства и отношение к нему (неприятие, терпимость, одобрение); отношение государства (аппарата управления) к предпринимательству; национальные традиции и обычаи; образовательный уровень специалистов, с которыми предприниматель вступает в деловые отношения.

Правовые условия — законы и подзаконные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность и создающие наиболее благоприятные условия для развития предпринимательства. Важнейшими являются законы о правовых гарантиях предпринимательской деятельности, включая право на собственность и соблюдение договорных обязательств.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности обусловлено необходимостью:

• создания условий добросовестной конкуренции, потому что конкуренция затрагивает интересы предпринимателей, и они пытаются создать себе конкурентные преимущества;

• защиты потребителя от недобросовестной деловой практики (ложь в рекламе и др.);

• защиты высших интересов общества от безнравственных действий некоторых предпринимателей.

Слова «предприниматель» и «менеджер» не являются синонимами. Менеджер — это наемный профессионал, управляющий чужим имуществом и средствами рациональным способом. Предприниматель управляет собственным или заимствованным имуществом и средствами и в своей деятельности использует нововведения, как правило, собственные.

Тема 2.2. Предприятие и предпринимательская деятельность

Предприятие ИГиТ осуществляет виды деятельности, направленные на организацию досуга, рекреации, отдыха и лечения населения; посещение ими знакомых и родственников и прочие цели, если они не запрещены законодательством и соответствуют уставу.

Предприятие ИГиТ представляет собой относительно независимую составную часть национальной экономики. Являясь единицей общехозяйственного процесса, оно связано со своей экономической средой и находится с ней в отношениях обмена.

Удовлетворение общественных потребностей в продуктах и услугах туристских предприятий регулируется экономическими методами: самофинансирования, планирования, прогнозирования, инвестирования, налогообложения, материального стимулирования и др.

Основываясь на государственной, муниципальной и частной собственности, предприятия ИГиТ функционируют в различных организационно-правовых формах.

Предприятия ИГиТ как хозяйствующие субъекты являются юридическими лицами.

Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. В связи с участием в образовании имущества юридического лица, его учредители (участники) могут иметь обязательственные права в отношении этого юридического лица либо вещные права на его

имущество. К юридическим лицам в ИГиТ относятся: хозяйственные товарищества и общества, кооперативы, акционерные общества закрытого и открытого типа, унитарные предприятия, совместные и иностранные предприятия, общественные организации.

Рассмотрим более подробно классификацию предприятий по институциональным (организационно-правовым) различиям, связанную в первую очередь с юридическими принципами закрепления собственности.

Хозяйственные товарищества и общества — коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участни-ков) уставным (складочным) капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему на правах собственности.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере.

Полное товарищество — товарищество, участники которого в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Товарищество на вере (коммандитное товарищество) — товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеются один или несколько участни- ков-вкладчиков, которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

Общество с ограниченной ответственностью учреждается одним или несколькими лицами общества, уставный капитал которого разделен на доли, определенными

учредительными документами; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Общество с дополнительной ответственностью учреждается одним или несколькими лицами общества, уставный капитал которого разделен на доли, определенными учредительными документами; участники такого общества несут солидарную субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества.

Акционерное общество — общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций. Законом предусмотрены открытые и закрытые акционерные общества.

Дочернее хозяйственное общество — это такое общество, если другое общество (основное) или товарищество в силу преобладающего участия в его уставном капитале либо в соответствии с заключенным договором имеет возможность определять решения, принимаемые таким обществом.

Зависимое хозяйственное общество признается таковым, если другое (преобладающее, участвующее) общество имеет более 20% голосующих акций акционерного общества или 25% уставного капитала общества с ограниченной ответственностью.

Производственный кооператив (артель) — добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной и сельскохозяйственной продукции, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Учредительный документ производственного кооператива — устав.

Унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения, создается по решению уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления. Собственник имущества предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, не отвечает по обязательствам предприятия.

Унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления, создается на базе имущества, находящегося в федеральной собственности по решению Правительства РФ. Другое название такого предприятия — федеральное казенное предприятие. Российская Федерация несет субсидиарную ответственность по обязательствам казенного предприятия при недостаточности его имущества, казенное предприятие может быть реорганизовано или ликвидировано по решению Правительства РФ.

Статус некоммерческих организаций имеют общественные и религиозные организации (объединения), фонды, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы), потребительские кооперативы.

Общественные и религиозные организации — это добровольные объединения граждан на основе общности их интересов для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей.

Члены общественных и религиозных организаций не сохраняют прав на переданное ими в собственность этих организаций имущество, в том числе на членские взносы. Они не отвечают по обязательствам общественных и религиозных организаций, в которых участвуют в качестве их членов, а указанные организации не отвечают по обязательствам своих членов.

Общественные и религиозные организации вправе осуществлять предпринимательскую деятельность лишь для достижения целей, ради которых они созданы.

Фонды — это некоммерческие организации, не имеющие членства. Фонды создаются на основе добровольных и имущественных взносов от юридических лиц или отдельных граждан. Они преследуют общественно полезные цели. Имущество, переданное в фонды учредителями, является собственностью фонда. Учредители не отвечают по обязательствам фонда. Фондам разрешено создавать хозяйственные общества или в них участвовать. Фонд обязан ежегодно публиковать отчет по использованию имущества.

Объединения юридических лиц — это ассоциации и союзы, которые создаются в целях: а) координации предпринимательской деятельности коммерческих организаций; б) защиты общих имущественных интересов коммерческих организаций; в) координации защиты интересов. Организации такого типа: Лига предпринимателей Москвы, Ассоциация российских банков, Круглый стол предпринимателей России.

Учредительными документами ассоциаций (союзов) являются учредительный договор, подписанный ее членами, и утвержденный ими устав. Члены ассоциаций (союзов) сохраняют свою самостоятельность и право юридического лица.

Источники формирования имущества некоммерческих организаций: поступления от учредителей (юридических и физических лиц); добровольные и имущественные взносы и пожертвования; выручка от реализации товаров, работ, услуг; дивиденды, получаемые по акциям, облигациям и другим ценным бумагам; доходы, получаемые от собственности некоммерческих организаций (сдача в аренду); членские взносы; вклады государства.

Вся совокупность некоммерческих организаций делится на две большие группы:

• государственные некоммерческие организации;

• негосударственные некоммерческие организации.

Основные отличия некоммерческих организаций от коммерческих:

• прибыль не является целью деятельности;

• некоммерческие организации не должны выплачивать дивиденды и обогащать своих учредителей;

• некоммерческие организации в значительно большей степени открыты для общественного контроля.

Важным направлением деятельности некоммерческих организаций является благотворительность. Она осуществляется в следующих формах:

• безвозмездная (или на льготных условиях) передача имущества, денежных средств, объектов интеллектуальной собственности и т.п. нуждающимся;

• безвозмездное (или на льготных условиях) наделение нуждающихся правами владения собственностью;

• безвозмездное (или на льготных условиях) выполнение работ, предоставление различных услуг нуждающимся.

Благотворительная деятельность характеризуется тремя признаками: добровольность, бескорыстность, спонсорство.

Предприятия ИГиТ как коммерческие организации, независимо от формы собственности на средства производства и другое имущество, действуют на принципах хозяйственного (коммерческого) расчета. Хозяйственный расчет — метод эффективного ведения хозяйства, основанный на соизмерении в денежной форме затрат и результатов хозяйственной деятельности, возмещении расходов собственными доходами. Принципы хозяйственного расчета: хозяйственная самостоятельность; самоокупаемость и рентабельность; материальная заинтересованность; экономическая ответственность; контроль.

Деятельность предприятий ИГиТ в наибольшей степени, в силу специфики туристского продукта, сопряжена с риском. Источником неопределенности при этом могут быть все фазы цикла туристского продукта. Отсутствие квалифицированного менеджмента, ликвидных средств, нарушения нормативного правового характера и другие причины объективного и субъективного плана могут служить основанием прекращения

деятельности или банкротства туристского предприятия. Банкротство — это имущественное разорение предприятия, установленная судом неспособность должника рассчитаться по своим долговым обязательствам.

В общепринятой классификации предпринимательской деятельности выделяют следующие виды предпринимательства:

1) производительное (производственное) — непосредственное создание услуг и другой продукции (гостиницы, предприятия общественного питания, транспортные организации);

2) коммерческо-посредническое — деятельность по продвижению туристских услуг от производителя к потребителю (туристские фирмы);

3) финансовое — особый вид деятельности по образованию и использованию денежных средств на цели воспроизводства услуг (банки, страхование);

4) консультативное — деятельность, связанная с предоставлением советов (консультаций) и помощи по вопросам общего управления, оценки возможностей производителей, управления финансами, маркетинга и др.

Первые три вида деятельности различают по связи со стадиями воспроизводства и относят к основным видам, поскольку результатом деятельности является производство услуг или товаров, готовых к конечному или производственному (промежуточному) потреблению.

Последний (четвертый) вид деятельности относят к вспомогательным видам предпринимательской деятельности, поскольку ее результатом являются приемы, методы, технологии и проекты (в том числе и в области инноваций), применение которых повышает качество услуг, их конкурентоспособность или снижает издержки на их производство и реализацию.

В связи с особенностями туруслуг предпринимательская деятельность туристских организаций может быть лишь условно отнесена к определенному виду.

Гостиницы, рестораны, транспортные предприятия, реально оказывающие услуги потребителям, активно участвуют в производстве туристских услуг и на этом основании относятся к производительному предпринимательству.

Деятельность туроператоров в большинстве случаев создает организационную подготовку турпродукта, его частичное производство и продвижение к потребителю. Поэтому деятельность туроператоров можно условно отнести к производительному предпринимательству.

Турагенты выполняют функции посредников — продавцов туров. Кроме того, они выполняют отдельные виды услуг, например страхование, консульское обслуживание и др. Это смешанный вид деятельности.

Туристские предприятия могут совмещать организационную подготовку, продажу (в том числе и розничную) и исполнение услуг. В этом случае они выполняют одновременно несколько видов предпринимательской деятельности.

Консультационная предпринимательская деятельность широко используется в сфере туризма. Чем сложнее состав и выше качество туристских услуг, тем большее число специалистов-консультантов вовлечено в процесс создания и реализации туристских услуг.

Источник: составлено по:

Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15712-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/514811 (дата обращения: 08.03.2023).

Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

15237-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/512685 (дата обращения: 08.03.2023).

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 2. Основные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать понимание у обещающихся сущности основных средств, методов их оценки, сформировать практические навыки анализа эффективности и динамики основных средств.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные средства предприятия: понятие и классификация	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Основные средства — материальные активы, которые предприятие содержит с целью использования их в процессе производства или поставки товаров, предоставления услуг, сдачи в аренду другим лицам или для осуществления административных и социально-культурных функций, ожидаемый срок полезного использования (эксплуатации) которых более одного года (или операционного цикла, если он длится дольше года). Они составляют мощность организации.

Тема 2.1. Основные средства предприятия: понятие и классификация

Основные средства (фонды) — это совокупность производственных, материально-вещественных ценностей, которые:

— используются в деятельности или предоставляется в аренду за плату;

— в будущем принесут доход;

— не предназначены для перепродажи;

— имеют срок полезного использования свыше 12 месяцев;

— стоят более 100 000 руб. для налогового учета и расчета амортизации, более 40 000 руб. для бухгалтерского учета.

Для учета, оценки и анализа основные средства (фонды) классифицируются по ряду признаков (рис. 3.1).

К основным производственным фондам относятся те основные фонды, которые участвуют в производственном процессе непосредственно (механизмы,

оборудование и т. п.) или создают условия для производственного процесса (производственные здания, сооружения и т. п.).

Основные непроизводственные фонды— это объекты культурнобытового назначения (клубы, столовые и т. п.).

Основные фонды еще называют внеоборотными или низкооборотными активами, а также иммобилизованными фондами; в стоимостной оценке они составляют значительную часть уставного капитала предприятия.

Типичный состав основных производственных фондов для гостиницы, например, включает здания, сооружения, механизмы и оборудование, измерительные приборы (весы), вычислительную технику, транспортные средства, инструмент и хозяйственный инвентарь, прочие основные фонды.

Для учета, оценки и анализа основные средства (фонды) классифицируются по ряду признаков

Рис. 3.1. Классификация основных средств (фондов)

Учет и оценка основных фондов осуществляются в натуральной и денежной формах. Натуральная форма учета основных фондов необходима для определения их технического состояния, производственной мощности предприятия, степени использования оборудования и других целей.

Денежная (или стоимостная) оценка основных фондов необходима для определения их общего объема, динамики, структуры, величины стоимости, переносимой на стоимость готовой продукции/услуг, а также для расчетов экономической эффективности капитальных вложений. Денежная форма учета основных фондов ведется по следующим направлениям:

1) первоначальная стоимость основных фондов включает стоимость приобретения оборудования (постройки, здания), транспортные расходы по доставке и стоимость монтажа. По первоначальной стоимости фонды принимаются на учет, определяется их амортизация и другие показатели;

2) восстановительная стоимость— это затраты на воспроизводство основных фондов. Она устанавливается, как правило, во время переоценки основных фондов;

3) остаточная стоимость представляет собой разность между первоначальной или восстановительной стоимостью основных фондов и суммой их износа;

4) ликвидационная стоимость — стоимость реализации изношенных или выведенных из эксплуатации отдельных объектов основных фондов.

Переоценка основных фондов — это определение реальной стоимости основных фондов (основных средств) организаций и создание предпосылок для нормализации инвестиционных процессов в стране. Переоценка позволяет получить

объективные данные об основных фондах, их общем объеме, отраслевой структуре, территориальном разделении и техническом состоянии.

Переоценка имущества, переданного в лизинг, осуществляется юридическим лицом, на балансе которого учитывается это имущество. Стоимость земельных участков и объектов природопользования переоценке не подлежит.

Для определения полной восстановительной стоимости основных фондов используются два метода: индексный и метод прямой оценки.

Индексный метод предусматривает индексацию балансовой стоимости отдельных объектов с применением индексов изменения стоимости основных средств, дифференцированных по типам зданий и сооружений, видам механизмов и оборудования, транспортных средств и других основных средств, по регионам, периодам изготовления, приобретения. За базу принимается полная балансовая стоимость отдельных объектов основных средств, которая определяется по результатам их инвентаризации по состоянию на 1 января соответствующего года.

Метод прямой оценки восстановительной стоимости основных фондов является более точным и позволяет устранить все погрешности, накопившиеся в результате ранее применявшихся переоценок с помощью среднегрупповых индексов. Восстановительная стоимость основных средств при данном методе определяется путем прямого пересчета стоимости отдельных объектов по документально подтвержденным рыночным ценам на новые объекты, сложившимся на 1 января соответствующего года.

При переоценке оборудования, предназначенного к установке, и незавершенных объектов строительства методом прямого пересчета дополнительно учитывается их физическое и моральное устаревание.

Тема 2.2. Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств

Материальной основой воспроизводственной деятельности любого хозяйствующего субъекта являются производственные потребности. Производственные потребности предприятия ИГиТ выражаются, в первую очередь, в потребностях в производственных фондах. Последние, как известно, состоят из основных и оборотных.

Основные производственные средства (фонды) играют ключевую роль в эффективной работе туристского предприятия. Они состоят из пассивной и активной частей.

К пассивным производственным фондам относятся земельные участки, здания, сооружения, зоны отдыха, туристские маршруты и др., которые обеспечивают нормальное функционирование туристского предприятия.

К активной части производственных фондов, например, гостиничного предприятия, непосредственно участвующих в процессе оказания услуг, относятся технологическое оборудование, мебель и интерьеры, компьютеры, кассовые аппараты, измерительные приборы, автотранспорт, средства связи, туристское снаряжение со сроком службы более одного года и др.

Активную часть основных производственных фондов часто называют оборудованием (от слова «оборудовать»). Размер потребностей предприятия в основных фондах зависит от многих факторов:

• объема и структуры услуг, продолжительности и сложности обслуживания либо сложности технологического процесса;

• прогрессивности оборудования, его производительности, что влияет на величину потребностей в предметах труда, ускоряя их использование;

• качественных характеристик оборудования, их надежности, соответствия долговечности срокам морального износа, что определяет характер его обслуживания в процессе эксплуатации;

• срока морального старения, а следовательно, и темпов обновления оборудования;

• степени использования оборудования (т. е. интенсивности, продолжительности функционирования), величины простоев, коэффициента сменности и т. д.;

• периода освоения нового оборудования и связанного с этим устранения конструктивных и других его недостатков. Для выполнения этих работ необходим определенный резерв специализированного оборудования (а также деталей, материалов, других предметов труда). По оценкам специалистов, стоимость дополнительного оборудования и деталей составляет 1—3 % стоимости нового оборудования и т. д.;

• величины запаса оборудования.

Запас средств производства вообще, а оборудования в частности выполняет целевую функцию непрерывности движения производственных фондов, которая обеспечивает надежность выполнения плана предприятия. Запас оборудования проявляется в двух формах: в неустановленном оборудовании; в частичном или полном бездействии определенной доли установленного оборудования.

Проблема запаса оборудования внутренне противоречива, так как чрезмерная его величина отрицательно влияет на эффективность производства: снижается фондоотдача, замедляется оборачиваемость действующих производственных фондов, усиливается моральное старение оборудования и проч. Однако повысить эффективность использования имеющегося, например, в гостинице оборудования можно, прежде всего, путем увеличения коэффициента сменности, более интенсивного его использования, сокращения междусменных и внутрисменных простоев и др.

Наличие запаса оборудования дает существенный выигрыш, и, как уже говорилось, этим достигается непрерывность движения производственных фондов, обеспечивается нормальный задел для регулирования ритма работы предприятия, а когда появится необходимость увеличения объема оказания услуг, его можно будет быстрее развернуть. Известно, что сфера индустрии гостеприимства и туризма подвержена сезонным колебаниям спроса.

Научно обоснованная потребность в запасе оборудования создает теоретическую и методологическую базу для совершенствования финансового механизма предприятия, его кредитных отношений в целях повышения эффективности создания и предоставления услуг.

Величина запаса оборудования должна рассчитываться для каждого отдельного предприятия на основе статистического и бухгалтерского учета и отчетности функционирования оборудования за ряд лет, что предполагает дальнейшее совершенствование всей системы отчетности.

Учитывая перечисленные факторы, потребности любого предприятия в оборудовании в течение планируемого периода (в 1 год) для расширенного производства оказания услуг (П пл) в самом общем виде можно выразить следующей базисной формулой

:

$$П_{пл} = \left(\frac{Q_{баз} \times (1 + Р)}{П_{об} \times К_{пр} \times К_{осв}} - П_{ср} \right) + П_{т} \times Д + З,$$

Ппл — планируемая потребность в оборудовании;

Q баз — объем услуг предприятия в году, предшествующем плановому;

Р𝓀 — среднегодовой прирост объема услуг в течение планируемого года;

Поб — годовая производительность единицы оборудования на начало планового года;

пр — планируемый коэффициент увеличения производительности оборудования;

Косв — коэффициент освоения вводимых в действие мощностей в соответствии с нормами;

Пср — среднегодовой парк оборудования на начало планируемого года;

Пт — парк оборудования в планируемом году;

Д — доля выбытия оборудования вследствие износа в планируемом году;

З — запасы оборудования (включая дополнительное оборудование и запасные детали).

Более подробный анализ предложенной формулы позволяет выявить три варианта определения величины потребностей предприятия в оборудовании.

Первый вариант. Увеличение объемов производства и предоставления услуг осуществляется за счет прироста оборудования на старой технической основе. Размер потребности в оборудовании напрямую зависит от объема производства и выбытия оборудования. Это чистый случай экстенсивного пути развития, который маловероятен в современных условиях.

Второй вариант. Увеличение объемов производства и предоставления услуг осуществляется не за счет прироста оборудования, а за счет замены старого оборудования более производительным. В этом варианте возможны две ситуации:

а) прирост производительности оборудования совпадает с приростом объема производства и предоставления услуг. В этих условиях не происходит прироста оборудования;

б) прирост производительности оборудования превышает прирост объема производства и предоставления услуг. В этом случае увеличение количества оборудования имеет отрицательное значение. Туристское предприятие должно пересмотреть производственную программу, в противном случае будет наблюдаться большая недогрузка мощностей. Этот вариант отражает чистый случай интенсивного пути развития. Он более вероятен в современных условиях.

Третий вариант. Увеличение объемов производства и предоставления услуг осуществляется более высокими темпами, нежели прирост производительности оборудования. Этот путь развития включает экстенсивные и интенсивные факторы. Он является более типичным, хотя удельные веса этих факторов могут изменяться в зависимости от экономической ситуации.

Во всех трех вариантах не упоминалось о модернизации оборудования, которая может рассматриваться как частный случай второго и третьего вариантов.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 3. Оборотные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать понимание у обещающихся сущности оборотных средств, методов их оценки, сформировать практические навыки анализа эффективности использования оборотных средств.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Оборотные средства предприятия, их характеристика	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
2	Показатели эффективности использования оборотных средств	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Оборотные средства - это денежные ресурсы, вложенные в оборотные производственные фонды и фонды обращения, обеспечивающие непрерывность процесса производства и реализации продукции.

Тема 3.1. Оборотные средства предприятия, их характеристика

Наряду с основными фондами для работы предприятия большое значение имеет наличие оптимального количества оборотных средств. Оборотные средства находятся в постоянном цикле превращения в денежные средства. Готовая продукция после продажи превращается в дебиторскую задолженность; счета дебиторов после оплаты переходят в денежные средства; денежные средства используются для погашения долговых обязательств и оплаты текущих расходов (рис. 3.1).

Рис. 3.1. Цикл движения оборотного капитала

Все элементы оборотного капитала в своем движении тесно взаимосвязаны и взаимозависимы. Если предприятие имеет большую дебиторскую задолженность и запасы, стоимость которых превышает кредиторскую задолженность, будет наблюдаться постоянная потребность в дополнительном капитале для поддержания предприятия в состоянии функционирования.

Эти средства могут быть заемными или отвлечены из прибыли предприятия. Когда предприятие находится на стадии развития, материально-вещественные и стоимостные потоки из цикла в цикл, как правило, растут, т.е. с ростом производства соответственно увеличиваются запасы, дебиторская и кредиторская задолженность. Общая проблема бизнеса — сверхлимитное вложение денежной наличности в запасы и дебиторскую задолженность при ее недостаточности для оплаты платежей. Для обеспечения сбалансированности элементов оборотного капитала необходимо регулярно отслеживать их динамику, сравнивать их нормативные и фактические показатели и, используя

вышеуказанные руководства по их регулированию, определять потребность в необходимой денежной наличности.

Одной из сложных задач при управлении оборотным капиталом является определение нормативных показателей. Как правило, объем продаж постоянно подвержен колебанию, поэтому, исходя из условий производства, нормативные показатели иногда целесообразно задавать в относительных величинах, например процент от продаж или выручки. Производственная деятельность каждой гостиницы обусловлена собственной спецификой, состоянием федеральной и региональной экономической ситуации, поэтому необходимо реалистично оценивать и регулярно пересматривать каждый нормативный показатель.

Оборотные средства — это совокупность денежных средств, авансированных для создания и использования оборотных производственных фондов и фондов обращения для обеспечения непрерывности процесса производства и реализации продукции/услуг.

Оборотные производственные фонды включают:

• предметы труда (сырье, расходные материалы, энергию, топливо, тару, запасные части и др.);

• средства труда (инструменты со сроком службы не более 12 месяцев, незавершенное производство/строительство, расходы будущих периодов).

Оборотные производственные фонды вступают в производство в своей натуральной форме и в процессе изготовления продукции/услуг потребляются. Они переносят свою стоимость на создаваемые продукцию и услуги.

Фонды обращения — это средства предприятия, вложенные в запасы готовой продукции, а также средства в расчетах и денежные средства в кассе и на счетах. Фонды обращения связаны с обслуживанием процесса обращения товаров. Они не участвуют в образовании стоимости, а являются ее носителями.

Движение оборотных производственных фондов в каждый момент времени отражает оборот материальных факторов воспроизводства, а движение оборотных средств — оборот денег, платежей. Это дает возможность объединить оборотные производственные фонды и фонды обращения в единое понятие — оборотные средства.

Функция оборотных средств состоит в платежно-расчетном обслуживании кругооборота материальных ценностей на стадиях приобретения, производства и реализации. Оборотные производственные фонды и фонды обращения, находясь в постоянном движении, обеспечивают бесперебойный кругооборот средств. При этом происходит постоянная и закономерная смена форм авансированной стоимости: из денежной она превращается в товарную, затем в производственную, снова в товарную и денежную. На протяжении одного производственного цикла они совершают кругооборот из трех стадий.

Денежная стадия кругооборота средств является подготовительной. Она протекает в сфере обращения, где происходит превращение денежных средств в форму производственных запасов. На этой стадии предприятия затрачивают денежные средства на оплату счетов за поставляемые предметы труда, а оборотные средства из денежной формы переходят в товарную форму.

Производительная стадия представляет собой непосредственный процесс производства. На этой стадии продолжает авансироваться стоимость использованных производственных запасов, дополнительно авансируются затраты на заработную плату и связанные с ней расходы, а также переносится стоимость основных фондов на произведенную продукцию и услуги. Производительная стадия кругооборота заканчивается выпуском готовой продукции/услуг, после чего наступает стадия реализации. На этой стадии оборотные средства переходят непосредственно в процесс производства, а по завершении производственного процесса — в готовую продукцию/услуги.

На товарной стадии кругооборота продолжает авансироваться продукт труда (продукция/услуги) в том же размере, что и на производительной стадии. Лишь после превращения товарной формы стоимости произведенной продукции/услуг в денежную авансированные средства восстанавливаются за счет части поступившей выручки от реализации продукции/услуг. Остальная сумма составляет денежные накопления, которые используются в соответствии с планом их распределения. Часть накоплений (прибыли), предназначенная на расширение оборотных средств, присоединяется к ним и совершает вместе с ними последующие циклы оборота. На этой стадии оборотные средства из сферы производства приходят в сферу обращения и снова принимают денежную форму.

На каждой стадии время нахождения оборотных средств неодинаково. Оно зависит от потребительских и технологических свойств продукции/услуг, особенностей ее производства и реализации.

Общая длительность кругооборота оборотных средств есть функция времени нахождения этих средств на каждой стадии кругооборота. На практике это означает, что увеличение длительности кругооборота оборотных средств приводит не только к отвлечению собственных денежных средств, но и к необходимости привлечения дополнительных средств с тем, чтобы не нарушать непрерывность производственного процесса. В условиях рыночной экономики это приводит к снижению конкурентоспособности предприятия в целом, ухудшению его экономического положения. Поэтому рациональное обеспечение предприятия оборотными средствами имеет особое значение и обусловливает необходимость соответствующей организации управления этими средствами.

Эффективное использование оборотных средств во многом зависит от правильного определения потребности в них, что позволяет предприятию с минимальными издержками получать прибыль, запланированную при данном объеме производства. Занижение величины оборотных средств влечет за собой неустойчивость финансового положения, перебои в производственном процессе и снижение объемов производства и прибыли. Завышение размера оборотных средств снижает возможности предприятия производить капитальные затраты для расширения производства продукции и услуг.

Потребность в оборотных средствах называют эксплуатационными потребностями или финансово-эксплуатационными потребностями (ФЭП), которые определяются как разница между средствами, иммобилизованными в запасах, и клиентской задолженности, и задолженностью предприятия поставщикам. Во многих западных и американских источниках разница между текущими активами и текущими пассивами называется «работающим капиталом».

При формировании уставного фонда (капитала) предприятие самостоятельно устанавливает плановый размер оборотных средств, необходимый для его производственной деятельности, в виде норматива в денежном выражении. Потребность предприятия в оборотных средствах колеблется в течение года вследствие сезонности производства, неравномерности поступления денег за реализованную продукцию и предоставленные услуги, а также воздействия других факторов.

Состав и классификация оборотных средств представлены в табл. 32.

Таблица 3.2. - Состав и классификация оборотных средств предприятия

		Оборотные средства предприятия	Ненормируемые оборотные средства
Оборотные производственные фонды	Сфера производства	1. Производственные запасы:	
		1.1. Сырье, основные материалы и покупные полуфабрикаты	
		1.2. Вспомогательные материалы	
		1.3. Топливо	
		1.4. Тара	
		1.5. Запасные части для ремонта	

		1.6. Малоценные и быстроизнашивающиеся предметы и инструменты, приспособления и инвентарь	
		2. Незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления	
		3. Расходы будущих периодов	
		4. Готовая продукция на складе и отгруженная, находящаяся в оформлении	
Фонды обращения		5. Товары отгруженные, но не оплаченные покупателями	Нормируемые оборотные средства
	Сфера обращения	6. Денежные средства в кассе и на счетах в банках	
		7. Дебиторская задолженность	

По источникам формирования оборотные средства предприятия подразделяются на собственные и заемные (привлеченные). В отличие от основных средств, которые неоднократно участвуют в процессе производства, оборотные средства функционируют только в одном производственном цикле и полностью переносят свою стоимость на вновь изготовленный продукт/услугу, поэтому их еще называют переменным капиталом.

При планировании потребности в оборотных средствах используются три метода: аналитический, коэффициентный и метод прямого счета.

Аналитический и коэффициентный методы применимы на предприятиях, которые стабильно работают более года, имеют статистические данные за прошлые периоды об изменении величины оборотных средств.

Аналитический метод предполагает определение потребности в оборотных средствах в размере их средних фактических остатков с учетом роста объема производства. При этом необходимо учесть конкретные условия работы предприятия в предстоящем году. Данный метод применяется на тех предприятиях, где средства, вложенные в материальные ценности и затраты, имеют большой удельный вес в общей сумме оборотных средств.

При коэффициентном методе запасы и затраты подразделяются на зависящие непосредственно от изменения объемов производства (сырье, материалы, затраты на незавершенное производство и т.д.) и не зависящие от него (запчасти, малоценные и быстроиз- нашивающиеся предметы, расходы будущих периодов). По первой группе потребность в оборотных средствах определяется исходя из их размера в базисном году и темпов роста производства продук- ции/услуг в предстоящем году. По второй группе оборотных средств, не имеющих пропорциональной зависимости от роста объема производства/услуг, потребность планируется на уровне их средних фактических остатков за ряд лет. При необходимости можно использовать аналитический и коэффициентный методы в сочетании. Сначала аналитическим методом определяют потребность в оборотных средствах, зависящих от объема производства, а затем с помощью коэффициентного метода учитывают изменение объема производства.

Метод прямого счета предусматривает обоснованный расчет запасов по каждому элементу оборотных средств с учетом организационно-технического уровня развития предприятия, практики расчетов за реализуемую продукцию и услуги. Метод прямого счета используется при организации нового предприятия и периодическом уточнении потребности в оборотных средствах действующих предприятий. В общем виде его содержание предусматривает следующие этапы работ:

1) разработка норм запаса по отдельным видам нормируемых оборотных средств, выраженных в днях запаса, процентах, нормах запаса деталей, рублях на расчетную единицу и т.д. Они рассчитываются по каждому элементу оборотных средств и характеризуют величину минимального экономически обоснованного объема запаса товарно-материальных ценностей на определенный период времени, который необходим для обеспечения непрерывности производственного процесса;

2) расчет среднедневного расхода данного вида материальных ценностей на основе их расхода по смете затрат на производство, который равен частному от деления соответствующих затрат на производство на 90, 180 или 365 дней;

3) определение норматива собственных оборотных средств в денежном выражении для каждого элемента оборотных средств и совокупной потребности предприятия в оборотных средствах.

Норматив оборотных средств — это минимальная сумма денежных средств, постоянно необходимая предприятию для его производственной деятельности. По большинству элементов оборотных средств частный норматив определяется следующим образом:

$$Н = Р * Д,$$

где Н — норматив оборотных средств по конкретному элементу, руб.; Р — среднедневной расход по данному элементу затрат, руб.; Д — средняя норма запаса для данного элемента оборотных средств, дни, %.

Общий норматив оборотных средств, или совокупная потребность в оборотных средствах предприятия, определяется как сумма частных нормативов, рассчитанных по отдельным элементам оборотных средств.

Управление денежными средствами имеет большое значение для гостиницы, особенно в настоящее время, когда в российской экономике продолжает наблюдаться острейшая нехватка оборотных средств. Чтобы предприятие могло успешно функционировать в таких условиях, его оборотный капитал должен быть максимально ликвидным, в любой момент гостиница должна иметь достаточно наличности для оплаты счетов.

Дефицит денежных средств может привести к банкротству небольшого предприятия, даже если оно достаточно рентабельно. Часто наблюдающиеся критические ситуации порождаются краткосрочной потребностью в наличности, в то время как приток денежных средств возможен в более длительной перспективе. К сожалению, на практике многие менеджеры, особенно находящихся на начальных стадиях становления предприятий, уделяют больше внимания проблемам их перспективного развития, нежели вопросам генерирования прибыли и обеспечения стабильных денежных потоков.

Под наличностью понимаются существующие в данный момент денежные средства в кассе предприятия и на всех его счетах, используя которые оно может выполнять свои обязательства. Движение денежных средств неразрывно связано с динамикой запасов (сырья и материалов, незавершенного производства, готовой продукции), дебиторской и кредиторской задолженности, т.е. со всеми компонентами текущих активов фирмы. По своей сути управление наличностью предполагает эффективное управление всем оборотным капиталом.

Тема 3.2. Показатели эффективности использования оборотных средств

Эффективность использования оборотных средств характеризуется системой экономических показателей. Напомним, что оборотные средства — это совокупность денежных средств, авансированных для создания и использования оборотных производственных фондов и фондов обращения для обеспечения непрерывности процесса производства и реализации продукции/услуг. Оборотные средства включают:

1) оборотные производственные фонды:

• предметы труда (сырье, расходные материалы, энергию, топливо, тару, запасные части и др.);

• средства труда (инструменты со сроком службы не более 12 месяцев, незавершенное производство/строительство, расходы будущих периодов);

2) фонды обращения:

• средства предприятия, вложенные в запасы готовой продукции;

• средства в расчетах и денежные средства в кассе и на счетах.

Скорость оборачиваемости оборотных средств является важнейшим показателем интенсивности использования оборотных средств и, в свою очередь, определяется с помощью следующих взаимосвязанных показателей: длительность одного оборота в днях, количество оборотов за год, а также величина оборотных средств, приходящихся на единицу реализованной продукции.

1. Длительность одного оборота в днях (О) определяется по формуле

$$O = C_0 : (T : Д), \text{ или } O = C_0 \times (Д : T),$$

где С0 — остатки оборотных средств (среднегодовые или на конец периода), руб.; Т — объем товарной продукции/услуг (по себестоимости или в ценах), руб.; Д— число дней в отчетном периоде.

2. Коэффициент оборачиваемости (Ка) показывает количество оборотов, совершаемых оборотными средствами за год (полугодие, квартал), и определяется по формуле

$$K_0 = T : C_0.$$

3. Коэффициент загрузки оборотных средств (К3) — показатель, обратный коэффициенту оборачиваемости. Он характеризует величину оборотных средств, приходящихся на единицу (1 руб., 1 тыс. руб., 1 млн руб.) реализованной продукции, и рассчитывается по формуле

$$K_3 = C_0 : T.$$

4. Коэффициент отдачи (рентабельности) оборотных средств. О степени использования оборотных средств можно судить по показателю отдачи оборотных средств (От), который определяется как отношение прибыли от реализации (П) к остаткам оборотных средств (С0):

$$O_т = П : C_0.$$

Рассмотренные взаимосвязанные показатели оборачиваемости отражают общую оборачиваемость оборотных средств. Для выявления конкретных причин изменения общей оборачиваемости определяется показатель частной оборачиваемости оборотных средств. Частая оборачиваемость оборотных средств отражает степень использования оборотных средств в каждой фазе кругооборота, а также по отдельным элементам оборотных средств.

Показатели частной оборачиваемости рассчитываются по тем же вышеизложенным формулам исходя из величины остатка этих видов товарно-материальных ценностей и оборота по расходу их за соответствующий период.

Различают абсолютное и относительное высвобождение оборотных средств.

Абсолютное высвобождение оборотных средств происходит, если фактические остатки оборотных средств меньше норматива или остатков оборотных средств за

предшествующий (базовый) период при сохранении или увеличении объема реализации за этот период.

Относительное высвобождение оборотных средств происходит в тех случаях, когда оборачиваемость оборотных средств ускоряется за счет роста объема производства на предприятии.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 4. Издержки производства предприятия и их учет

3. Цели занятия: сформировать у обучающихся представление о сущности издержек производства и их классификации, сформировать навыки калькулирования себестоимости.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Издержки и их классификация	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Калькуляция себестоимости продукции и услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Издержки производства — затраты, связанные с производством товаров. В бухгалтерской и статистической отчетности отражаются в виде себестоимости. Включают в себя материальные затраты, расходы на оплату труда, проценты за кредиты.

Тема 4.1 Издержки и их классификация

Под издержками производства понимают затраты на приобретение экономических ресурсов, потребленных в процессе выпуска тех или иных благ. Издержки классифицируются по нескольким признакам.

Классификация затрат по первичным элементам характеризует разделение себестоимости продукции/услуг на простые общепринятые элементы затрат:

- «Материальные затраты»;
- «Затраты на оплату труда»;
- «Отчисления на социальные нужды»;
- «Амортизация основных фондов»;
- «Прочие затраты».

Элемент «Материальные затраты» включает стоимость природных ресурсов, сырья, материалов (за вычетом возвратных отходов), полуфабрикатов, приобретаемых со стороны, затраты на топливо и энергию всех видов.

Элемент «Затраты на оплату труда» включает затраты на основную и дополнительную заработную плату всего персонала, а также работников, не состоящих в штате предприятия.

«Отчисления на социальные нужды» отражают отчисления по установленным нормам — «Единый социальный налог» с последующим зачислением в Пенсионный фонд, Государственный фонд занятости, на медицинское и социальное страхование.

В «Амортизацию основных фондов» входит сумма амортизационных отчислений по установленным нормам от полной первоначаль "ной стоимости всех производственных основных фондов предприятия, включая ускоренную амортизацию их активной части.

В элемент «Прочие затраты» входят следующие затраты: содержание работников аппарата управления, эксплуатационные расходы по содержанию зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря, командировочные расходы, оплата услуг связи, консультационных и ауди торских услуг, рекламные расходы, комиссия посредникам, налоги и сборы и т. д.

Каждый из перечисленных общепринятых элементов включает качественно однородные по своему характеру затраты независимо от места (сферы) их применения и производственного назначения. Поэтому классификация по экономическим элементам лежит в основе определения общей сметы затрат на производство продукции/ услуг предприятия, что позволяет взаимно увязывать этот раздел с другими разделами бизнес-плана предприятия.

Классификация затрат пожстатьям калькуляции представляет собой деление по производственному назначению и месту возникновения в процессе производства и реализации продукции, носит рекомендательный характер и включает следующие типовые затраты:

• сырье и материалы;
• возвратные отходы (вычитаются);
• покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций;
• топливо и энергия на технологические цели;
• затраты на оплату труда;
• отчисления на социальные нужды;
• общехозяйственные расходы;
• расходы на рекламу и сбыт товаров и услуг.

Классификация по калькуляционным статьям расходов служит основой для разработки калькуляции себестоимости отдельных видов продукции, работ и услуг, всей продукции предприятия.

По способу отнесения затрат нажсебестоимость продукции, услуг выделяются прямые и косвенные расходы.

Прямые расходы непосредственно связаны с производством конкретных видов продукции/услуг и по установленным нормам относятся на их себестоимость (сырье, материалы, топливо, энергия).

Косвенные расходы включаются в себестоимость также по установленным нормам, и к ним относятся расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, общепроизводственные, общехозяйственные и другие расходы.

По функциональной роли в формировании себестоимости продукции, услуг различают основные и накладные расходы.

Основные расходы непосредственно связаны с процессом изготовления продукции и предоставления услуг. Это расходы на сырье, материалы, топливо и энергию, основную заработную плату производственного персонала.

К накладным расходам относятся затраты, связанные с созданием необходимых условий для функционирования производства, с его организацией, управлением, обслуживанием. Накладными являются общепроизводственные, общехозяйственные, внепроизводственные расходы.

По степени зависимости отизменения объема производства затраты делятся на пропорциональные (условно-переменные) и непропорциональные (условно-постоянные).

Пропорциональные (условно-переменные) — это затраты, сумма которых зависит непосредственно от изменения объема производства (заработная плата производственного персонала, затраты на сырье, материалы и т. п.).

Непропорциональные (условно-постоянные) — это затраты, абсолютная величина которых при изменении объема производства не изменяется или изменяется незначительно (амортизация зданий, топливо для отопления, энергия на освещение помещений, заработная плата управленческого персонала). В свою очередь, постоянные (непропорциональные) издержки подразделяются на стартовые и остаточные. К стартовым относится та часть постоянных издержек, которые возникают с возобновлением производства и реализацией продукции. К остаточным относится та часть постоянных издержек, которые продолжает нести предприятие, несмотря на то, что производство и реализация продукции на какое-то время полностью остановлены.

Сумма постоянных и переменных издержек составляет валовые из держки предприятия.

По степени однородности затрат расходы делятся на элементные и комплексные.

К элементным (однородным) относятся расходы, которые нельзя рас членить на составные части (затраты на сырье, основные материалы, амортизация основных фондов).

Комплексными называются затраты, состоящие из нескольких однородных затрат (расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, общепроизводственные, общехозяйственные, внепроизводственные расходы), которые могут быть разложены на первичные элементы.

В зависимости отвремени возникновения иотнесения наксебестоимость продукции затраты могут быть текущими, будущих периодов и предстоящими. Текущие возникают преимущественно в данном периоде и относятся на себестоимость продукции этого периода. Расходы будущих периодов производятся на данном отрезке времени, но относятся на себестоимость продукции последующих периодов в определенной доле. Предстоящие затратык — это еще не возникшие затраты, на которые резервируются средства в сметно-нормализованном порядке (оплата отпусков, сезонные расходы и т. п.). Этот "вид классификации позволяет экономически обосновать равномерное распределение затрат на производство и сбыт продукции/услуг.

По удельному весу затрат вксебестоимости продукции различают материалоемкую, топливоемкую, энергоемкую, фондоемкую и трудоемкую продукцию и соответственно отрасли.

Тема 4.2 Калькуляция себестоимости продукции и услуг

Калькулирование (от лат. calculatio — счет, подсчет) — это система расчетов, с помощью которых определяется себестоимость всей товарной продукции/услуг и ее частей, себестоимость конкретных видов изделий, сумма затрат отдельных подразделений предприятия.

Себестоимость продукции/услуг — это выраженные в денежной форме затраты предприятия на производство и реализацию продукции/услуг.

Для калькулирования себестоимости единицы продукции/услуг затраты классифицируются по статьям расходов, в которых объединяются затраты по признаку

места их возникновения и назначения. Группировка затрат по статьям расходов, показанная в табл.4.1.

Таблица 4.1 - Группировка затрат по статьям расходов

Статьи расходов	Виды себестоимости		
1. Сырьё и материалы	Себестоимость продукции/услуг подразделения	Производственная себестоимость продукции/услуг предприятия	Полная себестоимость продукции/услуг предприятия
2. Возвратные отходы (тара)			
3. Затраты на расходные материалы и полуфабрикаты			
4. Топливо и энергия			
5. Затраты на оплату труда			
6. Отчисления на социальные нужды			
7. Расходы на освоение производства (новое оборудование)			
8. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования			
9. Общепроизводственные расходы			
10. Амортизация основных фондов			
11. Общехозяйственные расходы			
12. Прочие производственные расходы			
13. Производственные потери			
14. Внепроизводственные расходы			

В зависимости от полноты охвата классификационных статей расходов на предприятиях различают следующие виды себестоимости:

- себестоимость продукции/услуг подразделения;
- производственная себестоимость продукции/услуг предприятия;
- полную себестоимость продукции/услуг предприятия.

Себестоимость продукции/услуг подразделения складывается из затрат этого подразделения.

Производственная себестоимость формируется из всех затрат предприятия, связанных с процессом производства и управления предприятием.

Для определения производственной себестоимости продукции/услуг необходимо:

а)из общей суммы затрат исключить затраты, относимые на непроизводственные счета, — стоимость работ по капитальному строительству и капитальному ремонту зданий и сооружений, которые выполнялись для своего предприятия, транспортные услуги, оказываемые сторонним организациям, и т.п.;

б) учесть изменение остатков расходов будущих периодов: при их увеличении сумма прироста вычитается из сумм затрат на производство, а при уменьшении — прибавляется;

в) учесть изменение остатков незавершенного производства: прирост уменьшает себестоимость продукции/услуг, уменьшение — увеличивает.

Полная себестоимость помимо затрат на производство включает затраты, связанные с реализацией продукции, и состоит из производственной себестоимости и внепроизводственных расходов (сбыт, продвижение).

Полная себестоимость продукции/услуг отличается от себестоимости реализуемой продукции/услуг, на базе которой определяется сумма прибыли, наличием остатков нереализованной продукции.

Для определения себестоимости реализуемой продукций необходимо к полной себестоимости продукции/услуг приба

вить себестоимость остатков нереализованной продукции на начало планируемого периода и вычесть себестоимость остатков нереализованной продукции на конец планового периода.

Определение затрат по отдельным статьям калькуляции основано на нормативном расчете прямых затрат на производство продукции/услуг и распределении косвенных расходов на их себестоимость.

Затраты на сырье и материалы рассчитываются путем умножения нормы расхода на данную продукцию/услугу на цену соответствующего вида материальных ресурсов. К результату прибавляют транспортно-заготовительные расходы и вычитают стоимость возвратных отходов (тара) по цене их реализации (использования).

Стоимость расходных материалов и полуфабрикатов относится на соответствующую продукцию и услуги на основе первичных документов учета.

Аналогично материалам исчисляются затраты по статье «Топливо и энергия» — путем умножения нормы расхода топливно-энергетических ресурсов на единицу продукции/услуг на соответствующие цены.

Затраты на заработную плату постоянных и временных работников определяются при сдельной оплате труда по плановым нормам затрат труда (нормам выработки) и сдельным расценкам, при повременной оплате — по нормативным ставкам и планируемому объему производства.

В эту же калькуляционную статью включаются доплаты по сдельнопремиальным системам оплаты труда и премии рабочим-повременщикам.

Сумма отчислении на социальные нужды определяется в соответствии с установленной нормой отчислений в процентах к расходам на заработную плату производственных рабочих (основную и дополнительную).

Расходы, связанные с подготовкой и освоением производства, включаются в плановые калькуляции отдельных видов продукции на основании сметы и планируемого объема выпуска продукции за установленный срок погашения затрат.

Косвенные затраты распределяются на себестоимость отдельных видов продукции различными методами. Затраты на содержание и эксплуатацию оборудования распределяются на себестоимость отдельных изделий следующими методами: с помощью сметных ставок, рассчитываемых на основе коэффициентов машино-часов; прямым

расчетом соответствующих затрат на единицу продукции; пропорционально основной заработной плате основных производственных рабочих.

Общепроизводственные расходы при калькуляции себестоимости продукции рассчитываются пропорционально заработной плате работников.

Амортизационные отчисления рассчитываются по установленным нормам для отдельных видов основных фондов.

Распределение общехозяйственных затрат между отдельными видами продукции/услуг производится аналогично.

Производственные потери планируются в виде исключения в отдельных видах производственной деятельности, например в общественном питании.

Прочие производственные расходы прямо включаются в себестоимость соответствующей продукции/услуг или распределяются между отдельными услугами пропорционально их производственной себестоимости.

Внепроизводственные затраты распределяются на себестоимость единицы изделия пропорционально производственной себестоимости отдельных видов продукции/услуг.

Процесс калькулирования себестоимости продукции/услуг включает:

- разграничение затрат на производство основной и вспомогательной продукции и услуг;
- распределение затрат между видами продукции и услуг;

- определение суммы расходов, относящихся к готовой продукции и незавершенного производства;
- оценку отходов производства;
- расчет себестоимости единицы продукции.

Калькуляция себестоимости необходима для определения цены единицы продукции, соизмерения затрат предприятия с результатами его производственно-хозяйственной деятельности, определения уровня эффективности работы предприятия и других целей.

Объектами калькулирования, например, в гостинице могут быть:

- гостиничный номер;
- единица услуги;
- блюдо, напиток;
- предоставление помещения для деловых встреч, выставок, банкетов и т.п.

Калькуляционная единица должна соответствовать единице измерения, принятой в отраслевом стандарте и производственной деятельности предприятия в натуральном выражении.

В зависимости от назначения различают плановую, сметную, нормативную, проектную, отчетную и хозрасчетную калькуляции.

Плановая калькуляция предусматривает максимально допустимый размер затрат на изготовление продукции/услуг в планируемом периоде и составляется на все виды продукции/услуг, включенные в план.

Сметная калькуляция разрабатывается аналогично плановой на разовые работы и виду услуг. Она является основой цены при расчетах с заказчиком.

Нормативная калькуляция — это расчет себестоимости изделия по нормам расхода сырья, материалов, нормам и расценкам по заработной плате, утвержденным сметами расходов на производства товаров и услуг. В отличие от плановой нормативная калькуляция отражает уровень себестоимости услуги на момент ее составления.

Проектная калькуляция определяется при подготовке производства продукции/услуг и предназначена для обоснования эффективности проектируемых новых предприятий обслуживания, ее разрабатывают по укрупненным расходным нормативам.

Отчетная калькуляция показывает фактическую себестоимость единицы продукции/услуг, ее составляют по тем же статьям затрат, что и плановую, но включают некоторые обоснованные потери и расходы, не предусмотренные плановой калькуляцией, например потери, недостачи материальных ценностей при отсутствии виновных лиц, пособия в связи с потерей трудоспособности из-за производственных травм.

Хозрасчетную калькуляцию разрабатывают на продукцию подразделений предприятия, как правило, только по тем статьям, на которые они оказывают влияние.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 5. Ценообразование на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать у обучающихся понимание сущности ценообразования и сформировать навыки владения методами ценообразования.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Роль цены в экономике предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Ценообразование на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание Ценообразование – метод определения стоимости, которую производитель получит при продаже товаров и услуг, устраивающей продавца и потребителя. Основная цель бизнеса – получение прибыли. При грамотном подходе продавец предлагает продукцию по цене, которую целевой рынок готов заплатить, – и такой, которая приносит прибыль компании. Факторы, влияющие на уровень цен. Уровень цен – средняя величина текущих тарифов на товары, производимые в экономике.

Тема 5.1. Роль цены в экономике предприятия

Значение цены в экономике предприятия огромно, она определяет структуру и объем производства, движение материальных потоков, распределение товарной массы. Цена оказывает влияние на массу прибыли, рентабельность производства продукции и услуг и, в конечном счете, на уровень жизни общества.

Цена — это денежное выражение товарной стоимости продукции, работ и услуг. С другой стороны, цена — это количество денег, которыми готов пожертвовать потребитель в обмен на приобретение определенного товара или услуги.

Рассмотрим теперь процесс формирования цены. Как показано на схеме (рис. 6.1), цена продавца формируется на основе учета полных издержек и желаемой прибыли. Однако под действием конкурентов маркетинговое пространство ценовой политики продавца сужается, что, в конце концов, приводит к снижению цены продавца.

При совпадении цены продавца и покупателя совершается продажа/покупка товара или услуги. В отдельных случаях продавец вынужден продавать свой товар по цене, не приносящей ему ни прибыли, ни убытков (точка безубыточности).

Цена выполняет следующие основные функции в экономике:

- функция учета затрат при производстве товаров и услуг;
- стимулирующая функция. Более высокая цена увеличивает заинтересованность в производственном процессе;

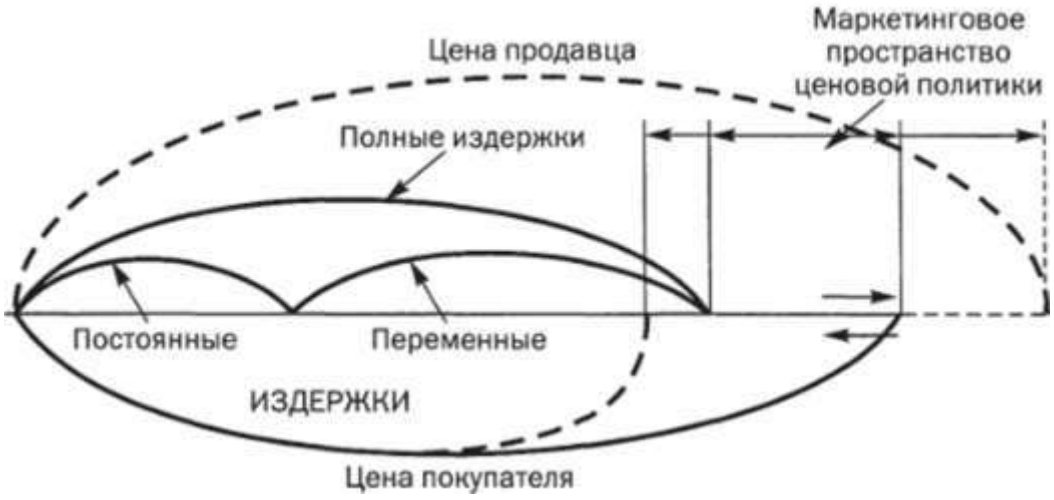


Рис. 5.1. **Структура цены**

• • распределительная функция цены способствует организации сбыта товаров и услуг предприятия;

• • функция рационального распределения размещения производства товаров и услуг на рынке;

• • функция сбалансирования спроса и предложения. Чем выше спрос, тем выше цена, и наоборот.

Таким образом, роль цены на рынке проявляется в следующих направлениях:

• цена как индикатор рынка, отражающий весь комплекс ценообразующих факторов* их зарождение, развитие, взаимодействие;

• • цена как маркетинговый регулятор рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на поведение субъектов и факторы рынка.

Ценовая политика предприятия — важнейшая составная часть маркетинговой политики, состоящая в установлении (определении) цен, обеспечивающих выживание в рыночных условиях, и включающая выбор метода ценообразования, разработку ценовой системы предприятия, выбор ценовых рыночных стратегий и другие аспекты.

Существуют три основные цели ценовой политики предприятия: обеспечение выживаемости, максимизация прибыли и удержание рынка.

Обеспечение выживаемости — главная цель предприятия, осуществляющего свою деятельность в условиях жесткой конкуренции, когда на рынке много производителей с аналогичными товарами. Важными компонентами данной ценовой политики являются объем сбыта (продаж) и доля на рынке. Для захвата большей доли рынка и увеличения объема сбыта используются заниженные цены.

К *максимизации прибыли* стремятся не только предприятия, имеющие устойчивое положение на рынке, но и не слишком уверенные в своем будущем, пытающиеся максимально использовать выгодную для себя конъюнктуру рынка. В этих условиях предприятие делает оценку спроса и издержек применительно к разным уровням цен и останавливается на таких ценах, которые обеспечивают в будущем максимальную прибыль.

Удержание рынка состоит в сохранении существующего положения на рынке или благоприятных условий для своей деятельности. Для достижения этой цели предприятие реализует все возможные меры для предотвращения спада сбыта и обострения конкурентной борьбы.

Рыночная цена формируется под влиянием ряда факторов, а именно, спроса и предложения, издержек производства, цен конкурентов и др. Спрос на товар определяет верхний уровень цены, которую может установить предприятие. Валовые издержки производства (сумма постоянных и переменных издержек) определяют минимальную ее величину. Существенное влияние на цену оказывают поведение конкурентов и цены на их продукцию.

Существуют прямые и косвенные способы воздействия государства на цены. *Прямые способы* — это установление определенного порядка ценообразования, *косвенные* направлены на изменение конъюнктуры рынка, создание определенного положения в области финансов, валютных, налоговых операций, оплаты труда.

Тема 5.2 Ценообразование на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса

Цены, находясь в тесной взаимосвязи со всеми элементами маркетинга, определяют рентабельность гостиничного предприятия, его жизнеспособность и финансовую стабильность. Вместе с тем выбор методов ценообразования и ценовой политики во многом задан целями и стратегией гостиницы. Если выбор целевого рынка, рыночное позиционирование тщательно продуманы, тогда подход к формированию комплекса маркетинга, и, прежде всего, включая и проблему цены, довольно ясен. Ф. Котлер отмечает, что стратегия ценообразования в основном определяется предварительно принятыми решениями относительно позиционирования товара на рынке.

Гостиничные предприятия, осваивающие гибкие методы ценообразования, с точки зрения комплекса маркетинга должны использовать два принципа:

- выбор ценовой политики должен быть тесно связан с позиционированием услуг гостиницы;
- большое значение для выработки цены имеет корреляция стратегии ценообразования с определением стадии жизненного цикла, на котором находится гостиничный продукт.

Для большинства гостиниц главная цель — обеспечение безубыточности, обоснованная в условиях низкой деловой активности в отрасли, постепенно трансформируется (по мере преодоления системного кризиса в экономике и адаптации предприятия к новым условиям) в новый ориентир: увеличение доли рынка, объема продаж. Вместе с этим меняются и цели, стоящие перед ценовой политикой. В связи с новой ориентацией гостиничное предприятие должно проводить более активную ценовую политику, связанную с выходом на новые рынки, планированием сбыта, стимулированием создания новых услуг и др.

Гостиничное предприятие должно осваивать современные рыночные приемы установления цены на новые услуги, широко апробированные в практике западных гостиниц. Как известно, на начальной стадии внедрения гостиничного продукта на рынке он имеет минимальную известность и низкую степень востребованности его покупателями. На этой стадии гостиница нередко использует стратегию низких цен, если она ставит перед собой цель проникнуть на рынок или расширить его долю.

Установление цены продаж на услуги представляет собой сложный многоэтапный процесс, требующий анализа множества ценообразующих факторов. Обычно используется следующий алгоритм установления цен (табл. 5.1).

Таблица 5.1. – Алгоритм установления цены

Этап алгоритма	Содержание
1. Исследование рынка	Определение типа рынка (развитый туристский рынок, олиго- польный, монопольный), коммерческая оценка потребностей, предварительная оценка емкости, прогноз конъюнктуры
2. Определение этапа жизненно- ю цикла гостиничного продукта	Определение стадии, на которой находится гостиничный продукт (стадии разработки, внедрения, роста, зрелости, спада и исчезновения)
3. Постановка задач ценообразования в зависимости от целей гостиничного предприятия	• обеспечение безубыточности «выживание важнее прибыли», уровень цены устанавливается на уровне издержек; • максимизация текущей прибыли, уровень цены обеспечивает максимальное

Этап алгоритма	Содержание
	поступление текущей прибыли и наличности (краткосрочная задача); • • расширение доли рынка, уровень цены снижается, доход обеспечивается за счет массы долговременной прибыли
• 4. Определение предельного диапазона варьирования цены: o • определение верхней границы цены (туристский спрос); o • определение нижней границы цены (издержки)	Определение ценовой эластичности спроса, сегментация. Исследование ожиданий клиентской базы по уровню цен на предоставляемые гостиничные услуги. Сбор информации о конкурентах. Сопоставление цен и услуг путем наблюдения, сравнительного анализа, получения прейскуранта, опроса клиентов, получения информации из каталогов конкурентов, статистической отчетности, на выставках и ярмарках. Выбор оптимального варианта управления и технологического процесса производства услуги на основе функциональностоимостного анализа. Определение цены производства услуги и цены ее потребления (сумма цены продаж, включая комиссионные), а также воздействие инфляционных факторов
5. Выбор метода ценообразования	• • цена продаж при данных издержках; • • средние издержки + прибыль; • • на основе безубыточности с обеспечением целевой прибыли; • • ориентация на ценового лидера на рынке; • • престижная цена; • • уникальная ценность услуги; • • на основе управления доходами — дискриминационная цена; • • стратегическое партнерство
6. Корректировка базового уровня цены	Поправки на условия продажи гостиничных услуг — их соответствие корпоративным традициям предприятия, учет реакции сбытового аппарата, конкурентов, муниципальных и федеральных государственных органов
7. Установление окончательной цены	Окончательная цена продаж доводится средствами коммуникации до конечных потребителей

Указанные подходы должны быть учтены в ценовой политике гостиничного предприятия применительно к предоставляемым услугам. При этом необходимо помнить, что в результате совместного эффекта комплекса намеченных мероприятий, работы сбытовой сети и успешного использования рекламы продажа услуг на рынке начинает увеличиваться.

Следует также иметь в виду ценовую эластичность спроса. Концепция эластичности цен показывает, как спрос реагирует на изменение цены. Если спрос изменяется незначительно при незначительном изменении цены — спрос неэластичный. Если спрос изменяется значительно — спрос эластичный.

При разработке ценовой политики гостиничного предприятия используют различные методы ценообразования. Рассмотрим некоторые из них.

1. Маркетинговые методы установления цены:

- «гонка за лидером» предполагает установление цен на туристские и гостиничные услуги на уровне предприятия — лидера в отрасли. Цена может отклоняться, но только в известных пределах, которые обусловлены качественным превосходством тех или иных услуг. Подобный подход весьма привлекателен и удобен для тех гостиниц, которые не имеют возможности проводить свои собственные исследования. Вместе с тем он и чрезвычайно опасен, так как может привести к серьезным просчетам (предприятие-лидер проводило политику демпинга);
- «ориентация на спрос» основывается на изучении желаний потребителей и установлении цен, приемлемых для целевого рынка конкретной гостиницы. Данный метод применяется в том случае, если цена на гостиничный номер является решающим фактором для потенциального клиента. При этом выявляется потолок цены (максимальная сумма), которую клиент готов уплатить за данный гостиничный номер;
- «стратегия престижных цен» представляет собой высокие цены, предназначенные для привлечения клиентов, которые более обеспокоены качеством гостиничного продукта, его уникальностью, статусом, нежели ценой. Очевидно, что помимо высокого уровня инвестиций капитала в расчете на один номер роскошные гостиницы имеют и высокую стоимость рабочей силы. Таким отелям требуется высококвалифицированный персонал, хороший уровень взаимоотношений работников с гостями, чтобы обеспечить высококлассное обслуживание. Поэтому такие гостиницы запрашивают высокие цены за свои услуги.

2. Методы установления надбавок к затратам:

- метод ценообразования на основе издержек — метод «издержки плюс» означает прибавление стандартной надбавки (mark up) к затратам. Он особенно распространен в общественном питании, и менеджеры в ресторанах и барах используют его для установления цен на вина. Например, бутылка вина, которая стоит 14 долл., может продаваться за 28 долл., что означает 100%-ную надбавку к затратам на ее приобретение. Прибыль брутто в этом случае составляет 14 долл. Метод ценообразования путем использования «надбавок к цене» популярен по многим причинам. Во- первых, продавцы услуг могут более точно определить затраты, чем спрос. Привязка цен к издержкам упрощает процедуру ценообразования, и менеджеры не должны приспосабливаться к изменению спроса. Во-вторых, в бизнесе общественного питания цены почти не разнятся и ценовая конкуренция незначительная;
- издержки как «процент от продажи»— другой обычно используемый метод ценообразования в ресторанном бизнесе. Сначала определяют затраты на продовольствие, а затем устанавливают цену. Например, директор, закладывающий в издержках на продовольствие 40%, должен назначить цену на блюдо в 2,5 раза больше затрат на него. Необходимо учитывать, что ресторан не может быть эффективным на 100%. Чтобы восполнить потери: порчу инвентаря, потери веса продовольственного сырья при приготовлении блюд и ошибки персонала, администрация должна обычно определять издержки на 3—4 пункта (разница между процентами) выше желаемых.

3. Метод «баланса доходов и расходов» является основным методом определения цены, ориентированным на издержки предоставления услуг в гостиницах. Этот метод получил также название «целевое ценообразование» и нацелен на достижение определенного уровня дохода на инвестиции. Остановимся поподробнее на этом методе

расчета цены. Расчет цены по методу «баланса доходов и расходов» производится следующим образом:

- при подготовке бюджета гостиницы устанавливаются полные издержки предприятия на предстоящий финансовый год. Предположим, что сумма издержек, включая комиссию (10% к издержкам), операционную прибыль (15% к издержкам) и налоги, составляет: Издерж. = 10 000 000 руб.;
- следующим этапом является определение количества ночевок в гостинице исходя из числа номеров (кровати — спальные места) и ожидаемой загрузки. Допустим, в гостинице имеется 100 номеров, а предполагаемая загрузка составит 80%. Количество ночевок тогда составит: Ноч. = 365 дн. х 100 номеров х 80% = 29 200.

$$\text{Средняя цена за номер теперь составит Ср.ц} = \frac{\text{Издерж.}}{\text{Ноч.}} = 343 \text{ руб.}$$

(10 000 000 руб.: 29 200 Ноч. = 343 руб.).

Средние цены на номера различных категорий классности определяются в зависимости от степени их привлекательности для различного типа клиентов и конкуренции на рынке:

а) люкс (343 Ср.ц руб. + 100%, объявляется как 690 руб.);

б) полулюкс (343 Ср.ц руб. + 50%, объявляется как 515 руб.);

в) двухместный (343 Ср.ц руб. + 20%, объявляется как 410 руб., или 205 руб. с человека);

г) одноместный (343 Ср.ц руб., объявляется как 345 руб.);

- завершающим этапом является определение валового дохода исходя из установленных цен на номера, их удельного веса в гостинице, доходов предприятий общественного питания и других дополнительных доходов.

4. Метод «ценовой дискриминации» становится полезным инструментом для сглаживания спроса и предложения, обеспечивает дополнительный доход и прибыль большинству заведений индустрии гостеприимства. Эта форма ценообразования использует по- нижение/повышение цены для привлечения дополнительных клиентов и доходов без понижения/повышения цены для всех.

Гостиницы регулируют основные цены, чтобы учесть различия в клиентах, услугах и местоположение продаж. Например, гостиницы делают различия между приезжающими на отдых и деловыми целями. Гостиницы в деловых центрах, которые специализируются на обслуживании бизнесменов, переполнены в рабочие дни и испытывают низкую загрузку в выходные и праздники. Многие из таких гостиниц для привлечения клиентов предлагают специальные тарифы на конец недели — уик-энд. Гостиничная цепь Marriott установила, например, «систему ограждения», которая позволяет клиентам самим выбирать лучшие для них ограничения. Такие «ограждения» включают необходимость заблаговременного бронирования номера и предоплаты, а при невозможности в случае аннуляции поездки получить возврат за него.

5. Параметрический метод ценообразования учитывает субъективные оценки значимости изменения параметров для определения цен. Рассмотрим параметрический метод ценообразования применительно к гостинице (табл. 5.2).

Таблица 5.2. -. Оценка конкурентоспособности номеров в гостинице

Тип номера	Цена за номер, долл.	Факторы оценки конкурентоспособности				
		Доброжелательность персонала	Оснащенность номера	Уровень комфортности	Удобства ванной	

					комнаты	
Номер (Б)	400	3	5	5	5	
Номер (А)	120	3	3	4	4	
Удельный вес фактора		20	20	20	40	100

По способу оценки параметры подразделяются на балльные и индексные. По способу опроса экспертов параметры подразделяются на парные сравнения и ранговые корреляции.

Все разновидности параметрических методов определения затрат и цен основаны на обработке статистических данных для однородных групп продукции и услуг. Для оценки конкурентоспособности цены возможно использование метода балльной оценки.

Сравним основные характеристики номеров и качества обслуживания в гостинице «****»: стандартный 2-местный номер (А) и люкс 2-местный номер (Б).

Рассчитаем средний балл потребительской ценности гостиничной услуги как по формуле средней арифметической простой, так и по формуле средней арифметической взвешенной, при большем числе параметров качества.

$$Б_{пр} = \frac{\sum Б}{n};\ Б_{взв} = \frac{\sum Бf}{\sum f},$$

где $Б_{пр}$ — средний балл, рассчитанный по формуле простой средней арифметической; *Б* — балл по каждому параметру качества; я — число параметров; $Б_{тв}$ — средний балл, рассчитанный по формуле средней арифметической взвешенной; / — частота повторения баллов; Х/— сумма частот (количество параметров).

Расчет:

$$Б_{пр}(А, Б) = \frac{3+5+5+5+3+3+4+4}{8} = \frac{32}{8} = 4{,}0.$$

$$Б_{взв}(Б) = \frac{3\times1+5\times3}{4} = 4{,}5;\ \ Б_{взв}(А) = \frac{3\times2+4\times2}{4} = 3{,}5.$$

Таким образом, средний балл потребительской ценности по номеру *(Б)* на балл превышает данный показатель у номера *(А)* и на 0,5 балла выше общего среднего показателя, или на:

$$\frac{4,5}{3,5} \times 100\% - 100\% = 28,6\%.$$

Это свидетельствует о большей конкурентоспособности номера (Б) в части потребительских свойств, по сравнению с номером (А) традиционного типа.

Теперь определим стоимость среднего балла единицы качества услуги, которая будет составлять:

$$P \text{ номер } (Б) = \frac{400}{4,5} = 88,89 \text{ долл.}; \quad P \text{ номер } (А) = \frac{120}{3,5} = 34,29 \text{ долл.}$$

Таким образом, при разнице по параметрам технического качества в 1 балл (4,5 - 3,5) в пользу номера *(Б)* цена одного среднего балла номера (*Б)* обходится значительно выше, чем цена среднего балла номера (*А*).

Разница в цене *(АР* номер) составляет:

$$\Delta P \text{ номер} = \Delta \text{Р номер } (Б) - \Delta \text{Р номер } (А) = 88,89 \text{ долл.} - 34,29 \text{ долл.} = 54,60 \text{ долл.}$$

Или

$$I_{ц} = \frac{P \text{номер}(Б)}{P \text{номер}(А)} \times 100\% - 100\% = \frac{88,89}{34,29} \times 100\% - 100\% = 159,23\%,$$

где $I_{ц}$ — индекс роста цены.

Следовательно, качество номера *(Б)* более чем в 2,5 раза (2,592), или на 152,23%, обходится дороже, чем качество номера *(А)*. Этим показывается более высокая конкурентоспособность гостиничного номера с большими затратами по его оснащению.

Подтвердим этот вывод, определив цену иного номера (Р иной) с помощью балльного метода по данным табл. 6.5. и только на основе параметров качества номера (Б):

$$P \text{ номер иной} = \frac{P \text{номер}(Б)}{Б \text{номер}(А)} \times Б \text{номер}(Б) = \frac{400}{14} \times 18 = 514,29 \text{ долл.}$$

Б номер *(Б), Б* номер *(А)* — сумма баллов по строке в таблице.

Таким образом, по методу балльной оценки без учета затрат, только на основе параметров качества цена номера (Б) должна была бы составить 514,29 долл, (а не 400 долл, с учетом затрат), что почти в 1,3 раза выше расчетной цены. Это свидетельствует о конкурентоспособности данной гостиничной услуги и возможности получить дополнительные доходы.

Параметрические методы ценообразования, к которым относятся методы балльной оценки, служат определению конкурентоспособности гостиничных услуг и являются ориентиром для повышения доходности.

Вышеперечисленные методы ценообразования образуют систему *управления доходами гостиницы,* которая устанавливает ограничения для клиентов одного сегмента в получении скидки, предназначенной для другого сегмента. Например, состоятельные клиенты часто проявляют равнодушие в отношении цен, а отдыхающие туристы, наоборот, более чувствительны. Типичная стратегия ограждения туристов от цен, предназначенных для других, заключается в том, чтобы ввести для них резервирование номеров с ночи пятницы до воскресенья с предоплатой за 30 дней до прибытия. Для пребывания в рабочие

дни номера предоставляются по высоким расценкам с оплатой за несколько дней вперед или вообще без предварительной оплаты.

Совершенно очевидно, что система управления доходами применяется для получения максимальной прибыли в гостинице. Это достигается с помощью установления цен, которые гостиница объявляет, и наличием свободных комнат, предлагаемых по разным расценкам, основанным на прогнозируемой загрузке. Если прогнозируется низкая загрузка, гостиница, стараясь ее увеличить, будет предоставлять комнаты по низким ценам. Если прогнозируется высокая загрузка, то цены будут увеличены.

По некоторым системам управления доходами с клиентов, останавливающихся в гостинице на более длительный период, берут оплату по более высоким расценкам, чем на короткий период. На первый взгляд, можно ожидать уступки в цене для останавливающихся на длительный срок. Однако более длительное пребывание клиента совпадает с периодом высокой загрузки отеля, и дешевый тариф принесет только убытки.

Помимо объявленных цен в зависимости от конфигурации номера (Rack rates), гостиницы имеют специальные расценки для привлечения клиентов, которые могут купить большое количество номеров в течение определенного периода или в течение календарного года. Такие тарифы называются *корпоративными* и представляют собой специальные льготные цены, уровень которых находится в прямой зависимости от числа гарантированных ночевок в отеле, обусловленных в контракте.

Льготные цены для групповых клиентов и бесплатные услуги предоставляются ассоциациям, организаторам семинаров, встреч и конференций. Предположим, что участники конференции, проводимой ассоциацией, оплачивают свои комнаты сами. Ассоциация, скорее, предпочтет получить бесплатное проживание в одном номере на каждые 20 зарезервированных номеров, чем скидку в 10 долл, на каждый номер. Бесплатные номера ассоциация использует для своих сотрудников и приглашенных докладчиков и, тем самым, сокращает свои расходы по проведению конференции.

Сезонная скидка — это снижение цены для клиентов, приобретающих услуги в несезон, т.е. тогда, когда спрос на них наиболее низкий. Как правило, несезонная цена ниже обычной в пределах до 25%. Сезонные скидки позволяют гостиницам держать устойчивый спрос в течение года.

Система управления доходами в гостинице требует создания хорошей базы данных. Хорошая система управления доходами приносит пользу гостинице и клиенту.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 6. Прибыль и безубыточность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать у обучающихся представление о о прибыли и сформировать практические навыки расчета точки безубыточности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Прибыль предприятия и методы ее расчета	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2	Безубыточность работы предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

При́быль — положительная разница между суммарными доходами (в которые входит выручка от реализации товаров и услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и т. п.) и затратами на производство или приобретение, хранение, транспортировку, сбыт этих товаров и услуг. Прибыль = Выручка − Затраты (в денежном выражении). В случае, если результат отрицателен, его называют убытком.

Тема 6.1. Прибыль предприятия и методы ее расчета

Прибыль является конечным финансовым результатом предпринимательской деятельности предприятий ИГиТ и представляет собой разницу между ценой продукции/услуг и их себестоимостью, а в целом по предприятию представляет разницу между выручкой от реализации продукции/услуги и их себестоимостью.

Как экономическая категория прибыль отражает чистый доход, созданный в процессе предпринимательской деятельности, а на уровне туристского предприятия чистый доход принимает форму прибыли. Прибыль - это финансовый результат деятельности предприятия и является основным элементом финансовых ресурсов предприятии. Прибыль является показателем экономического эффекта.

Прибыль как главный результат предпринимательской деятельности обеспечивает благополучие самого предприятия, его работников и государства в целом. Под абсолютной прибылью понимается доход, который получает продавец от реализации товара за вычетом расходов.

Абсолютную прибыль называют общей валовой прибылью, поэтому важно определить ее состав и величину в абсолютном выражении.

Общая (валовая) прибыль планируется раздельно по всем видам:

- прибыль от реализации продукции и услуг по основной деятельности;
- прибыль от реализации прочей продукции и услуг;
- прибыль от реализации основных фондов и другого имущества;
- прибыль от внереализационных доходов и расходов. Основными методами планирования прибыли являются:
- метод прямого счета;
- аналитический метод;
- метод совмещенного расчета;
- метод мультипликативного эффекта.

Метод прямого счета наиболее распространен на туристских предприятиях в современных условиях хозяйствования. Он применяется, как правило, при небольшом ассортименте предоставляемых услуг. Сущность его в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации услуг в соответствующих ценах за вычетом НДС и акцизов и полной их себестоимостью.

Расчет плановой прибыли (П) ведется по формуле:

П = (ОухЦ)-(ОухС), где Оу — объём услуг в планируемом периоде в количественном выражении; Ц — цена за единицу услуг (за вычетом НДС и акцизов); С — полная себестоимость единицы услуг.

Следует отличать плановый размер прибыли в расчете на товарный выпуск от показателя прибыли, планируемого на объем реализуемых услуг. Прибыль на реализуемые услуги(Пру) рассчитывается по формуле:

Пру = Вру - Сру,

где Вру - планируемая выручка от реализации услуг в действующих ценах (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

Сру - полная себестоимость реализуемых услуг в предстоящем периоде.

Разновидностью метода прямого счета является метод ассортиментного планирования прибыли, при котором прибыль рассчитывается по каждому виду предоставляемых услуг. При этом методе прибыль суммируется по всем ассортиментным позициям услуг гостиничного предприятия. Ассортиментный метод планирования прибыли позволяет определить, какой удельный вес каждая предоставляемая услуга имеет в формировании прибыли предприятия.

Аналитический метод планирования прибыли применяется при большом ассортименте предоставляемых услуг, а также как дополнение к прямому методу, так как он позволяет выявить влияние отдельных факторов на плановую прибыль. При аналитическом методе прибыль рассчитывается не по каждому виду предоставляемых услуг в планируемом году, а по всему ассортименту услуг, предоставляемых каждым подразделением гостиницы (гостиничное хозяйство, общественное питание, бизнес-центр, оздоровительный комплекс, сувенирная торговля и т.д.). Прибыль по каждому подразделению гостиничного предприятия определяется отдельно, а затем суммируется по всему предприятию. Исчисление прибыли аналитическим методом позволяет определить эффективность работы каждого подразделения гостиницы в процессе образования прибыли.

Кроме прибыли от реализации услуг в составе валовой прибыли учитывается прибыль от реализации прочей продукции и услуг не основной деятельности, прибыль от реализации основных фондов и другого имущества, а также планируемые внереализационные доходы.

Прибыль от прочей реализации (продукция подсобного сельского хозяйства, автохозяйств и т.д.) планируется методом прямого счета. Результат от прочей реализации может быть как положительным, так и отрицательным.

Прибыль (убытки) от традиционных статей внереализационных доходов и расходов (штрафы, пени, неустойки и пр.) определяется, как правило, на основе опыта прошлых лет.

После расчета прибыли (убытков) по остальным видам деятельности, а также внереализационных доходов и расходов и с учетом прибыли реализации услуг определяется валовая (общая) прибыль гостиничного предприятия.

Кроме изложенных способов планирования прибыли — методом прямого счета и аналитическим — существует так называемый метод совмещенного расчета. В этом случае применяются элементы первого и второго способов. Так, стоимость предоставляемых услуг в ценах планируемого года и по себестоимости отчетного года определяется методом прямого счета, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества. Изменение ассортимента, цен и др., выявляется с помощью аналитического метода.

Как известно, на прибыль гостиничного предприятия влияют как издержки, так и доходы. Вместе с тем значимость и принцип действия этих факторов различны. На это на практике обращают мало внимания.

Факторы влияния, ориентированные на расходы (фиксированные расходы на основные фонды и эксплуатацию, переменные расходы на услуги), имеют совершенно иной спектр действия, чем факторы, ориентированные на рынок (цена номера, стоимость услуг, загрузка номеров и т.д.). Для гостиниц с достаточно интенсивными фиксированными затратами на основные фонды характерны влияния на прибыль уровня загрузки номеров клиентами и объёма продажи услуг, размера цен на размещение и услуги в значительно

большей степени, чем действия на прибыль изменений расходной части в результате экономии по отдельным статьям бюджета. Другими словами: сравнивая влияние на прибыль различных факторов, можно сказать, что воздействие торгового оборота более значительно, чем издержек.

Таблица 6.1. - Мультипликативный расчёт прибыли гостиницы

(тыс. усл. ед.)

Основные показатели	Базис	Изменение показателя на 10%				
		Увеличение цен на размещение	Увеличение цен в общепите	Увеличение расходов на продвижение услуг	Сокращение персонала	Сокращение расходов на продовольственное сырьё и напитки
Количество турдней	365	365	365	365	365	365
загрузка предприятия	80%	80%	80%	90%	80%	80%
гостевые номера: кол-во цена						
-апартамент (4) 405	473,0	520,3	473,0	520,3	473,0	473,0
-клаб (25) 225	1641,8	1805,0	1641,8	1805,0	1641,8	1641,8
-двуместный (38) 180	1997,7	2197,5	1997,7	2197,7	1997,7	1997,7
-одноместный (16) 130	597,0	656,7	597,0	656,7	597,0	597,0
Доходы номерного фонда	4709,5	5180,5	4709,5	5180,5	4709,5	4709,5
Доходы от ресторана	2500,0	2500,0	2750,0	2750,0	2500,0	2500,0
Доходы от бара	403,0	403,0	443,3	443,3	403,0	403,0
Другие источники дохода	336,5	336,5	336,5	370,2	336,5	336,5
Дополнительное задание	1551,0	1551,0	1551,0	1551,0	1551,0	1551,0
Доходы всего	9500,0	9971,0	9790,3	10295,0	9500,0	9500,0
Расходы на основную заработную плату	1009,1	1009,1	1009,1	1009,1	908,2	1009,1
Расходы по дополнительной оплате труда (премия)	840,4	840,4	840,4	924,4	756,4	840,4
Расходы на рекламу	115,0	115,0	115,0	126,5	115,0	115,0
Расходы на продовольственное сырьё и напитки	850,8	850,8	850,8	935,0	850,8	765,7
Прочие расходы	6494,7	6494,7	6494,7	6494,7	6494,7	6494,7
Расходы всего, включая амортизационные и налоговые отчисления	9310,0	9310,0	9310,0	9489,7	9125,1	9224,9
Прибыль	190,0	661,0	480,3	805,3	374,9	275,1
Изменение прибыли в %		248	153	324	97	45
Мультипликативный эффект		24,8	15,3	32,4	9,7	4,5

Суть мультипликативного метода заключается в том, чтобы рассчитать мультипликатор, который показывает во сколько раз независимый фактор (прибыль) увеличивается или уменьшается, если зависимый фактор (цена) изменяется на единицу.

Первый этап этого метода включает определение основных факторов (показателей), влияющих на прибыль. Например, в гостинице могут быть выделены следующие основные показатели:

- цены на гостиничные номера;
- доходы номерного фонда;

– цены в меню предприятий общественного питания;
– доходы предприятий общественного питания;
– расходы на основную заработную плату;
– расходы по дополнительной оплате труда (премии и переработки);
– расходы на рекламу;
– стоимость продовольственного сырья и напитков и т.д.

Расчёт ожидаемой прибыль носит многовариантный характер, и окончательным выбирается тот, который оптимально отражает предполагаемое развитие хозяйственной деятельности предприятия в ближайшей перспективе.

Перечень таких показателей может быть расширен в зависимости от специфики работы предприятия. Постоянные расходы представляют собой сумму затрат на персонал, эксплуатационные расходы, управление, амортизационные отчисления и т.д., каждые из которых рассматриваются как самостоятельный фактор воздействия на прибыль. Переменные расходы зависят от объёма торгового оборота, и к ним следует относить такие как расходы по дополнительной оплате труда, продовольственное сырьё, сопутствующие и расходные материалы.

Второй этап состоит из расчёта изменения одного из факторов (показателя) при неизменном действии остальных, исходя из изменений, вызванных действием этого показателя не менее чем на 10%.

Третий этап включает сам процесс расчёта различных вариантов прибыли. Размер прибыли определяется для каждого фактора влияющего на прибыль. В завершении рассчитывается коэффициент мультипликативного эффекта (КМЭ) по следующей формуле:

$$КМЭ = \frac{\text{Изменение прибыли в \%}}{\text{Изменение влияющего показателя в \%}}$$

Четвёртым и заключительным этапом является оценка значимости факторов, создающих мультипликативный эффект. Факторы влияния могут быть ранжированы теперь в зависимости от их воздействия на прибыль следующим образом:

Таблица 6.2 – ранжирование факторов влияния в зависимости от их воздействия на прибыль

Факторы влияния	Коэффициент мультипликативного эффекта (КМЭ)
Увеличение расходов на продвижение и увеличение загрузки предприятия	32,4
Увеличение цен на размещение	24,8
Увеличение цен в общественном питании	15,3
Сокращение персонала	9,7
Сокращение затрат на продовольственное сырьё и напитки	4,5

Увеличение расходов на рекламу КМЭ-32,4 в сочетании с увеличением цен на размещение КМЭ-24,8 и питание КМЭ-15,3 являются, таким образом, основными источниками повышения прибыли предприятия. Полезность применения на практике мультипликативного метода заключается в том, что он позволяет установить контроль над проводимыми маркетинговыми мероприятиям и ответить на следующие три вопросы:

1. Как измениться размер прибыли в зависимость от изменения торгового оборота?
2. Какие необходимо провести затраты, чтобы увеличить размер получаемой прибыли?
3. На какие виду услуг возможно повышение цен, чтобы компенсировать увеличение расходов без сокращения прибыли?

Ответ на эти вопросы позволяет гостиничному предприятию выбрать правильную ценовую стратегию на предстоящий год. Преимущество мультипликативного метода, прежде всего, состоит в его наглядности и простоте применения. Для достижения конкурентных преимуществ каждое гостиничное предприятие должно проводить самостоятельные расчёты по этой или аналогичной методике.

Таблица 6.1. Безубыточность работы предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение

Безубыточность работы гостиничного предприятия зависит от многих факторов, в том числе от выбора оптимального объема производства и предоставления услуг и целесообразных темпов развития. Величина выручки должна покрывать все произведенные затраты и обеспечивать получение прибыли. Для решения этой задачи существует соответствующий аналитический инструмент.

Сумма покрытия — разница между выручкой и суммарными переменными издержками, т.е. сумма постоянных издержек и прибыли. Для расчета суммы покрытия из выручки вычитают все переменные издержки (иногда их называют прямыми затратами), а также часть накладных расходов, которые зависят от объема производства и предоставления услуг и поэтому относятся к переменным издержкам.

Под *средней величиной покрытия* понимают разницу между ценой единицы услуги и средними переменными издержками. Средняя величина покрытия отражает вклад единицы услуги в покрытие постоянных издержек и в получение прибыли.

Коэффициентом покрытия называется доля суммы покрытия в выручке от реализации. Для отдельной единицы услуги коэффициент покрытия — это доля средней величины покрытия в цене для этой единицы услуги.

Точка безубыточности (критический объем предоставления услуг (продаж)) — это такой объем реализации, при котором полученные доходы обеспечивают возмещение всех затрат и расходов, но не дают возможности получать прибыль, иначе говоря, это нижний предельный объем предоставления услуг, при котором прибыль равна нулю.

Точки безубыточности гостиницы, например, характеризуют следующие показатели:

• *пороговый (критический) объем продаж* — выручка, которая соответствует точке безубыточности.

Пороговый (критический) объем реализации номеров/услуг =
= Постоянные расходы на объем реализации / Цена – Средние переменные затраты на один номер/услугу;

• *порог рентабельности* — такая выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не получает и прибыли.

Порог рентабельности, руб. = Критический объем реализации номеров/услуг × × Цена;

запас финансовой прочности — сумма, на которую гостиничное предприятие может себе позволить снизить выручку, не выходя из зоны прибылей, или отклонение фактической выручки от пороговой.

Запас финансовой прочности, руб. = Выручка от реализации, руб. – – Порог рентабельности, руб.

Запас финансовой прочности может исчисляться и в процентах, если устанавливается процентное отклонение;

• *маржа безопасности* — разница между доходом от безубыточных продаж и доходом от продаж на некотором уровне их объема. Высокий уровень маржи безопасности указывает на относительно безопасную позицию бизнеса.

Маржа безопасности, шт. = Объем реализации номеров/услуг –
– Критический объем реализации номеров/услуг.

Приведем расчет точки безубыточности на примере данных табл. 6.3 и изобразим его на рис. 7.1.

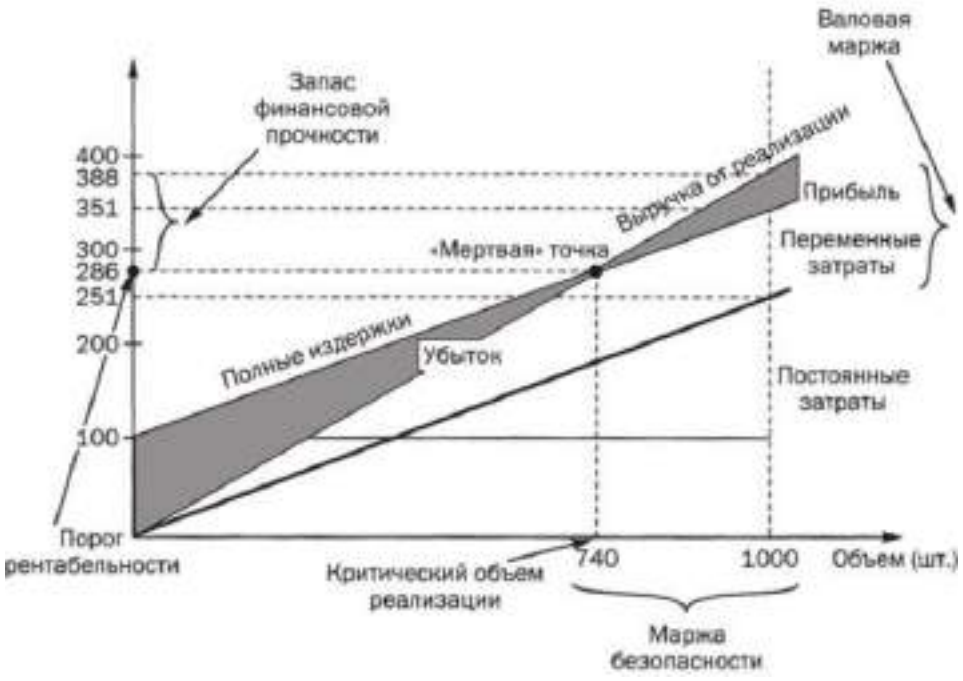


Рис. 6.1. **Определение точки безубыточности**

- 1. Пороговый (критический) объем реализации = 100 000 руб.: : (386 - 251) руб./номер. = 740 номеров;
- 2. Порог рентабельности = 740 номеров х 386 руб./номер. =

= 285 700 руб.

- 3. Запас финансовой прочности = 386 000 руб. - 285 700 руб. = = 100 300 руб.
- 4. Маржа безопасности = 1000 номеров — 740 номеров = = 260 номеров.

Таблица 7.2. Исходные данные для расчета

Показатель	В единицах измерения
Выручка от реализации номеров	386 000 руб.
Переменные затраты	251 000 руб.
Постоянные затраты	100 000 руб.
Прибыль	35 000 руб.
Цена за номер	386 руб.
Средние переменные затраты на один номер	251 руб.
Объем реализации	1000 номеров

Таким образом, при объеме реализации (продаж) 740 номеров и выручке от реализации 285 700 руб. гостиница возмещает все затраты и расходы полученными доходами, при этом прибыль предприятия равна нулю. Это состояние называется «точка безубыточности» или «мертвая точка». Запас финансовой прочности при этом составляет 100 300 руб.

Чем больше разность между фактическим объемом предоставления услуг и критическим, тем выше «финансовая прочность» гостиничного предприятия, а следовательно, и его финансовая устойчивость.

На величину критического объема реализации и порога рентабельности оказывают влияние изменение суммы постоянных расходов, величина средних переменных затрат и уровень цены. Так, гостиничное предприятие с малой долей постоянных расходов может производить относительно меньше услуг, чем предприятие с большей долей постоянных расходов, чтобы обеспечить безубыточность и безопасность своего производства. Запас финансовой прочности у такого гостиничного предприятия выше, чем у предприятия с большей долей постоянных расходов.

Финансовые результаты предприятия с низким уровнем постоянных расходов в меньшей степени зависят от изменения физического объема предоставляемых услуг. Гостиничное предприятие с высокой долей постоянных расходов должно в значительно большей мере опасаться снижения загрузки номерного фонда.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 7. Анализ хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать понимание у обучающихся о методах анализа хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анализ оборотных активов предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Анализ хозяйственной деятельности (АХД, англ. analysis of economic activity) — совокупность методов обработки экономической информации по комплексному изучению хозяйственной деятельности предприятий с целью повышения её эффективности.

Тема 7.1. Анализ оборотных активов предприятия

Динамика показателей, характеризующих оборачиваемость оборотных средств, обязательно раскрывается в информации, сопутствующей бухгалтерской отчетности (пп. 31, 39 ПБУ 4/99), в составе группы коэффициентов, позволяющих заинтересованным пользователям бухгалтерской отчетности оценить финансовую устойчивость, ликвидность

и деловую активность предприятия. **Оборотные активы** и их справедливая оценка подвергаются тщательной проверке в процессе аудита бухгалтерской отчетности.

Грамотное управление средствами в обороте позволяет эффективно привлекать кредитные источники для финансирования текущей деятельности. Для оценки кредитоспособности предприятия банки пользуются общеизвестными показателями оценки финансово-хозяйственной деятельности. На основе ранжирования этих показателей предприятию присваивается определенный рейтинг, от которого зависят условия кредитования, в том числе кредитная ставка, объем обеспечения и срок кредитования. **Оборотные активы** также могут быть обеспечением по кредитным обязательствам.

Наличие системы аналитических коэффициентов значительно облегчает диалог с налоговыми органами, если необходимо объяснить причины возникновения сезонных убытков. **Оборотные активы** могут послужить причиной превышения вычетов по НДС над суммой НДС к начислению.

Рассмотрим порядок расчета показателей оборачиваемости.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов

Коэффициент оборачиваемости показывает, сколько раз в рассматриваемом периоде оборотные активы трансформируются в денежные средства и обратно. Коэффициент рассчитывается по формуле:

Коб = В / ССОА,

где: Коб — коэффициент оборачиваемости оборотных активов**;**

В — выручка за год либо другой анализируемый период;

ССОА — средняя стоимость оборотных активов за период анализа.

Следует обратить внимание на расчет средней стоимости оборотных активов. Для целей получения наиболее корректного значения коэффициента оборачиваемости имеет смысл разделить анализируемый период на равные промежутки и вычислить среднюю стоимость по следующей формуле:

ССОА = (СОА0 / 2 + СОА1 + СОАn / 2) / (n – 1),

где: ССОА — средняя стоимость оборотных активов за период анализа;

СОА0 — сальдо средств в обороте на начало анализируемого периода;

СОА1, СОАn — сальдо средств в обороте на конец каждого равного промежутка анализируемого периода;

n — количество равных промежутков времени в анализируемом периоде.

Такой способ расчета средней стоимости средств в обороте позволит учесть сезонные колебания остатков, а также влияние внешних и внутренних факторов.

Тем не менее значение рассчитанного коэффициента оборачиваемости дает лишь общую информацию о состоянии деловой активности предприятия и не представляет ценности для управления без анализа его динамики, сопоставления с нормативными показателями.

Оборачиваемость оборотных активов: формула в днях

Наиболееинформативным показателем с точки зрения управления коммерческой деятельностью предприятия является оборачиваемость оборотных активов в днях или других единицах времени (неделях, месяцах). Данный показатель можно рассчитать по формуле:

Об = К_дн / Коб,

где: Об — оборачиваемость в днях;

К_дн — количество дней в периоде анализа;

Коб — коэффициент оборачиваемости оборотных активов.

Нормативные значения оборачиваемости в днях и коэффициента оборачиваемости устанавливаются предприятием самостоятельно исходя из анализа совокупности факторов, таких как условия договоров, отраслевые особенности, регион деятельности и пр.

Оборотные активы имеют различную структуру в зависимости от вида деятельности. Например, если предприятие оказывает услуги и не имеет запасов, акцент в анализе оборачиваемости оборотных активов будет сделан на дебиторской задолженности. Эффективное управление этим видом средств в обороте даст предприятию возможность высвободить замороженные в дебиторской задолженности денежные средства и тем самым улучшить финансовое положение предприятия.

Как установить норматив для оборачиваемости дебиторской задолженности? Необходимо сопоставить оборачиваемость дебиторской задолженности с оборачиваемостью кредиторской задолженности. Экономический эффект от управления дебиторской задолженностью будет тем выше, чем больше превышение в днях оборачиваемости кредиторской задолженности над оборачиваемостью дебиторской задолженности.

Анализ динамики показателей оборачиваемости дебиторской задолженности даст возможность выявить негативные тенденции в случае появления в составе дебиторской задолженности долгов, невозможных к взысканию.

Оборотные активы предприятия — быстро меняющийся ресурс, наиболее остро реагирующий на изменение внешней и внутренней деловой среды. Показатели оборачиваемости **оборотных активов** являются важным индикатором эффективности коммерческой деятельности предприятия.[1]

Поскольку текущие финансовые потребности являются частью чистого оборотного капитала предприятия, то возникает *задача управления величиной оборотного капитала.*

Оборотный капитал — это капитал, участвующий и полностью расходуемый в течение одного производственного цикла. К оборотному капиталу относятся:

- материальные оборотные средства;
- денежные средства;
- краткосрочные финансовые вложения;
- средства в текущих расчетах.

Недостаток оборотного капитала является непосредственной причиной неплатежеспособности, а в дальнейшем и банкротства предприятия. Отсутствие на предприятии устойчивой системы пополнения оборотного капитала приводит, во-первых, к дополнительным расходам, которые увеличивают текущие издержки предприятия, а во-вторых, к снижению показателей эффективности деятельности предприятия.

Дополнительные расходы могут быть обусловлены задержками в формировании производственных запасов предприятия, что, в свою очередь, увеличивает продолжительность технологического и производственного циклов.

Избыток оборотного капитала (особенно менее ликвидных его составляющих) означает «омертвление» финансовых ресурсов предприятия и приводит к снижению показателей оборачиваемости капитала и рентабельности его использования. Однако с формальной точки зрения избыток оборотного капитала повышает показатели текущей платежеспособности предприятия. Избыточный уровень оборотного капитала приводит также к дополнительным расходам и финансовым рискам предприятия, что обусловлено действием следующих факторов:

- производственные запасы имеют, как правило, предельные сроки хранения, поэтому сверхнормативные запасы могут физически или морально устареть. Избыток производственных запасов приводит к увеличению затрат (текущих и единовременных), связанных с хранением сверх нормативных запасов. Кроме того, необоснованное

[1] https://nalog-nalog.ru/analiz_hozyajstvennoj_deyatelnosti_ahd/oborotnye_aktivy_predpriyatiya_i_ih_pokazateli_analiz/

увеличение величины товарно-материальных запасов (включая запасы сырья и материалов, а также готовой продукции) приводит к увеличению налога на имущество предприятия;

- инфляционные процессы приводят к обесценению дебиторской задолженности и денежных средств предприятия. Кроме того, риск неплатежей может привести к тому, что дебиторская задолженность из разряда нормального (стандартного) долга перейдет в разряд просроченного, а в дальнейшем и безнадежного долга. Существует и риск неплатежеспособности, а возможно, и банкротства банков, в которых предприятия имеют свои расчетные счета.

Решение задачи управления оборотным капиталом предполагает, во-первых, расчет оптимального уровня и структуры оборотного капитала, во-вторых, установление оптимального соотношения между источниками финансирования оборотного капитала. В качестве целевой функции эффективности при решении поставленных задач целесообразно принять функцию, максимизирующую прибыль предприятия, а в качестве ограничений на данную целевую функцию будут выступать требуемый уровень ликвидности оборотного капитала и величина коммерческого риска предприятия, возникающего при финансировании оборотного капитала из тех или иных источников.

Как показывает практика, предприятия ИГиТ используют следующий алгоритм расчета потребности в оборотном капитале.

1. На основе результатов маркетинговых исследований и анализа производственных возможностей выполняется оценка потенциального объема продаж услуг предприятия заданного ассортимента с требуемыми показателями качества.

2. Для прогнозируемого объема продажи услуг разрабатывается производственный план, включающий проектирование организационно-производственных структур, разработку процессов подготовки производства и предоставления услуг, выбор системы и технологии управления производством.

3. Оцениваются уровень и перспективная потребность в производственных запасах предприятия, необходимых для выпуска прогнозируемых объемов услуг требуемого ассортимента с заданными показателями качества.

4. Исходя из анализа спроектированных организационно- производственных структур, способов движения предметов труда в производстве, его технологических особенностей и ряда других факторов определяется длительность технологического и производственного циклов производства и предоставления услуг.

5. На основе анализа механизма взаимоотношений с потребителями услуг, принятой на предприятии системы договоров оценивается величина краткосрочной и долгосрочной дебиторской задолженности, а также рассчитываются коэффициенты инкассации денежных средств.

6. Оценивается потребность предприятия в высоколиквидных активах, включая потребность в денежных средствах и вложениях в краткосрочные ценные бумаги.

Тема 7.2. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг

Рентабельность (от нем. rentabel — доходный, выгодный, прибыльный) — показатель эффективности деятельности предприятия, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования средств. Рентабельность комплексно отражает степень использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств. Различают три вида рентабельности: инвестиций (капитала); производства; продукции.

Рентабельность инвестиций (капитала) — показатель эффективности инвестиций, затраченного капитала: чистая прибыль, деленная на объем инвестиций, затраченного капитала, включая и долгосрочные займы.

Рентабельность производства — экономический показатель эффективности производства, измеряемый отношением балансовой прибыли к среднегодовой стоимости

основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств. Рентабельность производства характеризует эффективность использования предприятием собственных и привлеченных производственных ресурсов.

Рентабельность продукции/услуг — отношение прибыли от реализации продукции к затратам, понесенным на ее производство и распределение.

В основе определения рентабельности лежат коэффициенты рентабельности, т.е. отношение прибыли (в расчет показателей рентабельности, как правило, включают чистую прибыль) или к затраченным средствам, или к активам предприятия, или к выручке от реализации. Для определения рентабельности как таковой коэффициенты рентабельности умножают на 100%.

Показатели рентабельности можно подразделить на несколько основных групп.

1. Коэффициенты рентабельности инвестиций (капитала)

1.1. *Коэффициент отдачи на общие активы (ROA* — от англ. Return on Total Assets) рассчитывается по формуле

$$ROA = (ЧП + ПР)/ОА,$$

где Y/7 — чистая прибыль; *ПР*— расходы по выплате процентов по займам; *О А* — общие активы по балансу.

Суммирование в числителе чистой прибыли с процентными выплатами отражает тот факт, что эффективность использования ресурсов не должна зависеть от метода финансирования приобретения активов. Другими словами, процентные выплаты рассматриваются как возврат заимодателям прибыли на предоставленную ими часть активов. Чем выше значение показателя, тем лучше финансовое положение фирмы. Для Российской Федерации значение данного показателя должно быть не менее 25—30%.

1.2. *Коэффициент рентабельности на вложенный капитал (ROI* — от англ. Return on Investments) рассчитывается по формуле

$$Р_{вк} = (ВК \times УД_{вк})/(С_{сд} \times ОР_{нат}),$$

где $Р_{вк}$ — коэффицент рентабельности на вложенный капитал; *ВК* — вложенный в данное производство капитал; $УД_{НК}$ — уровень доходности на вложенный капитал, предусмотренный инвестиционным проектом; $С_{сд}$ — себестоимость единицы продукции; $ОР_{н}$а? — объем реализации в натуральном выражении.

Пример. Для производства продукции необходимо в соответствии с инвестиционным проектом вложить 800 тыс. руб. с уровнем доходности этих вложений 30%. Ожидаемая себестоимость единицы выпускаемой продукции — 100 руб., объем реализации — 6000 штук. Следовательно, рентабельность на вложенный капитал составит:

$$Р = (800 \text{ тыс. руб.} \times 0{,}3)/(0{,}1 \text{ тыс. руб.} \times 6000 \text{ шт.}) \times 100\% = 40\%;$$

прибыль на единицу продукции: 100 руб. х 0,4 = 40 руб.; минимальная цена: 100 руб. + 40 руб. = 140 руб.

В этих условиях выручка от реализации всего объема будет равна

- 840 тыс. руб. (140 руб. х 6000 шт.), себестоимость — 600 тыс. руб.
- (100 руб. х 6000), прибыль от реализации — 240 тыс. руб. (840 тыс. руб. —
- 600 тыс. руб.), уровень доходности на вложенный капитал — 30%
- (240 тыс. руб. / 800 тыс. руб. х 100%), что и предусмотрено проектом.

1.3. *Коэффициент отдачи на акционерный капитал.* Коэффициент *ROA* не измеряет отдачу на активы, внесенные в компанию в качестве уставного (акционерного) капитала. Коэффициент отдачи на акционерный капитал (*ROE* — от англ. Return on Equity) может быть и выше, и ниже, чем *ROA.* Получение банковского кредита имеет смысл только в том случае, если доходы от них (*ROE)* будут выше выплачиваемых по долгам процентов. Если компания способна заработать доход от взятых в долг средств больший, чем процент, выплачиваемый заимодателям и держателям привилегированных акций, то

коэффициент *ROE* будет выше, чем *ROA*. В противном случае, если *ROE* < *ROA*, это свидетельствует о серьезных проблемах с управлением фирмы. ROE может быть вычислен по формуле

$$ROE = (ЧП - ПД)/АК,$$

где *ЧП* — чистая прибыль; *ПД*— дивиденды, выплачиваемые по привилегированным акциям; *АК* — величина уставного (акционерного) капитала по балансу.

Если *ROE* снижается с ростом размеров акционерного капитала, то это указывает на то, что дальнейший выпуск акций нецелесообразен.

1.4. *Коэффициент дохода на обыкновенную акцию (EPS* — от англ, earning per share) является одним из наиболее часто используемых и рассчитывается на базе данных отчета о финансовых результатах и баланса по формуле

$$EPS = (ЧП - ПД)/ЧА,$$

где *ЧП* — чистая прибыль; *ПД* — дивиденды, выплачиваемые по привилегированным акциям; *ЧА* — число акций, находящихся в обращении за балансовый период.

1.5. *Коэффициент цены акции к доходам* (*ПД)* вычисляется по формуле

$$ЦД = РЦ/EPS,$$

где *РЦ*— рыночная цена акции.

Он показывает, сколько инвестор должен заплатить за каждый доллар полученной прибыли. Это позволяет сравнить рыночную стоимость акций и получаемых от них доходов с такими же показателями других компаний, чтобы принять решение, куда вкладывать средства. Коэффициенты *ЦД* значительно различаются по отраслям, так как представляют собой ожидания инвесторов, связанные с данной компанией. Высокие *ЦД* обычно имеют быстро растущие компании, более низкие значения — стабильные зрелые фирмы. Финансово устойчивые компании, имеющие потенциал для сохранения высоких доходов и в будущем, как правило, имеют более высокие значения *ЦД,* чем их конкуренты, и среднее *ЦДпо* отрасли.

2. Коэффициенты рентабельности производства

2.1. *Коэффициент оборота общих активов (ООА)* показывает число оборотов общих активов для достижения величины объема продаж:

$$ООА = ВР/ОА,$$

где *ВР* — выручка от реализации; *О А* — общие активы по балансу.

В условиях Российской Федерации значение этого показателя должно быть не ниже 3. Его снижение с течением времени означает увеличение вероятности (только вероятности) банкротства бизнеса.

2.2. *Коэффициент кредиторской задолженности к общим активам* (*ЗОА*). Он рассчитывается по формуле

$$ЗОА = О3/ОА,$$

где *03* — общая кредиторская задолженность по пассивам; *ОА* — общие активы.

Кредиторская задолженность отражает стоимостную оценку финансовых обязательств предприятия перед различными субъектами экономических отношений. Текущее благополучие предприятия в значительной мере зависит от того, насколько своевременно оно отвечает по своим финансовым обязательствам. Кредиторская задолженность, как правило, составляет заметную долю текущих активов, и сокращение сроков оборачиваемости кредиторской задолженности положительно отражается на динамике показателей платежеспособности и ликвидности предприятия.

Так как этот коэффициент отражает степень защищенности кредиторов корпорации в случае ее ликвидации, то чем ниже *ЗОА,* тем выше безопасность кредиторов.

2.3. *Коэффициент процентных выплат по займам* (*ПВ*). Текущие выплаты процентов по займам обычно производятся из фондов, образованных текущими операциями. Коэффициент *ПВ* отражает связь между доходами и процентными выплатами и рассчитывается по формуле

$$ПВ = (ЧП + ПР + НР)/ПР,$$

где *ЧП* — чистая прибыль; *ПР* — расходы по выплате процентов за кредит; *НР* — расходы по уплате налогов.

Коэффициент *ПВ* отражает способность предприятия производить выплаты процентов из текущих доходов. Нормальным значением для П В считается величина от 3 до 4.

Результаты анализа показателей рентабельности и использования оборотных средств в сочетании с анализом других вышеперечисленных факторов позволят выявить резервы и пути укрепления финансовой состоятельности предприятия ИГиТ.

3. Коэффициенты рентабельности продукции/услуг

3.1. *Коэффициент рентабельности продаж* (*ROS* — от англ. Return on Sales) называется также маржей прибыли, вычисляется в процессе анализа отчета о финансовых результатах.

$$ROS = ЧП/ВР,$$

где *ЧП* — чистая прибыль; *ВР* — выручка от реализации.

Рост этого показателя может отражать рост цен на продукцию при постоянных затратах или увеличение спроса и соответственно снижение затрат на единицу продукции. Уменьшение данного показателя отражает обратные тенденции. Кроме того, он показывает долю прибыли в выручке от реализации, следовательно, соотношение в ней прибыли и полной себестоимости реализуемой продукции. Именно с помощью этого показателя предприятие может принять решение по поводу выбора пути увеличения прибыли: или снижать себестоимость, или увеличивать объем производства. Данный показатель, рассчитанный на основе чистой прибыли, называют коэффициентом чистой прибыли.

Он показывает долю чистой прибыли в выручке от реализации. Чем выше этот коэффициент, тем лучше финансовое положение компании. Обычно отслеживается динамика данного показателя и его сравнение со среднеотраслевым уровнем.

3.2. *Коэффициент рентабельности отдельных видов продук- ции/услуг (РОЛ)* вычисляется по формуле

$$РОП = ЧП/СП,$$

где *ЧП* — чистая прибыль; *СП* — себестоимость единицы продук- ции/услуг.

Роль этого показателя состоит в том, что с его помощью дается оценка затрат предприятия на единицу выпускаемой продукции. Так, если прибыль — 20 руб., а себестоимость — 100 руб., то рентабельность составит 20%. Это означает, что цена на эту продукцию при данных условиях не должна быть меньше 120 руб. (20 + 100).

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 8. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать понимание у обучающихся о финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Финансовая устойчивость предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Финансовая устойчивость предприятия – это стабильное финансовое положение предприятия, заключающееся в способности в долгосрочном периоде под воздействием внешних факторов сохранять текущее финансовое состояние предприятия, однозначность направленности динамики его финансовых показателей.

Тема 8.1. Финансовая устойчивость предприятия

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется стабильным превышением доходов над расходами, возможностью свободного маневра денежными средствами, эффективностью использования денежных средств в процессе текущей (операционной) деятельности.

Финансовая устойчивость — это результат рационального управления собственными и заемными средствами. Собственные финансовые ресурсы включают:

- акционерный капитал;
- чистую (нераспределенную) прибыль;
- амортизационные отчисления.

Внешний признак финансовой устойчивости — платежеспособность, т.е. способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства. К показателям удовлетворительной платежеспособности можно отнести:

- наличие свободных денежных средств на расчетных, валютных и иных счетах в банках;
- отсутствие длительной просроченной задолженности поставщикам, банкам, персоналу, бюджету, внебюджетным фондам и другим кредиторам;
- наличие собственных оборотных средств (чистого оборотного капитала) на начало и конец отчетного периода.

Низкая платежеспособность может быть временной — случайной, преодолеваемой без тяжких последствий, и хронической — ведущей фирму к банкротству.

Важнейший аспект финансовой устойчивости — кредитоспособность. Кредитоспособным считается предприятие, отвечающее требованиям, необходимым для получения кредита и способное своевременно возвратить кредитору за счет собственных финансовых ресурсов взятую ссуду с уплатой причитающихся процентов.

Высший уровень финансовой устойчивости — когда прибыли хватает не только на погашение ссудной задолженности перед банками и уплату налогов на прибыль, но и на инвестиции в развитие. Как правило, инвестиции осуществляются за счет долгосрочного кредитования под будущие прибыли. Поэтому при анализе финансовой устойчивости необходимо оценивать рост не только абсолютной массы прибыли, но и рост ее уровня относительно используемого капитала, т.е. рентабельность капитала.

Уровень рентабельности — мера доходности бизнеса. Высокая доходность связана со значительным уровнем предпринимательского риска. Может оказаться, что гостиница в состоянии обеспечить достаточный уровень платежеспособности лишь за счет высокой доходности хозяйственных операций при высоком уровне предпринимательского риска. Это недопустимо. Вместо прибыли предприятие может понести существенные убытки и даже стать несостоятельным (неплатежеспособным).

Финансовая же устойчивость предприятия — это такое состояние его денежных ресурсов, которое обеспечивает развитие преимущественно за счет собственных средств при сохранении платежеспособности и кредитоспособности при минимальном уровне предпринимательского риска. На финансовую устойчивость предприятия ИГиТ влияют:

- положение на рынках;
- конкурентоспособность продукции/услуг и уровень спроса на нее;
- рейтинг в деловом сотрудничестве с партнерами (поставщики и посредники);
- степень зависимости от внешних кредиторов и инвесторов;
- наличие неплатежеспособных дебиторов;
- соотношение производственных издержек и цен реализации продукции/услуг;
- размер оплаченного уставного капитала;
- эффективность коммерческих и финансовых операций;
- состояние имущественного потенциала, включая соотношение между внеоборотными и оборотными активами;
- уровень профессиональной подготовки менеджеров, их умение постоянно учитывать изменения внутренней и внешней среды и др.

Практическая работа по анализу показателей абсолютной финансовой устойчивости осуществляется на основании данных бухгалтерской отчетности.

Во время производственного процесса на предприятии происходит постоянное пополнение запасов товарно-материальных ценностей, осуществляются авансовые платежи. В этих целях используются как собственные оборотные средства, так и заемные источники (кредиторская задолженность, краткосрочные кредиты и займы). Показатели излишка или недостатка средств для формирования запасов характеризуют уровень финансовой устойчивости предприятия.

1. Оценка и анализ финансовой устойчивости по абсолютным показателям.

Абсолютные показатели финансовой устойчивости характеризуют степень обеспеченности производственных запасов источниками их финансирования. Исходными параметрами оценки являются:

1.1. *Наличие собственных оборотных средств (СОС* — чистый оборотный капитал) на конец расчетного периода. Рассчитывается по формуле

$$COC = CK - BOA,$$

где *СК* — собственный капитал (раздел III баланса); *ВОА* — внеоборотные активы (раздел I баланса).

1.2. *Наличие собственных и долгосрочных заемных источников финансирования запасов (СДИ)* на конец расчетного периода. Рассчитывается по формуле

$$СДИ = СК - ВОА + ДКЗ = СОС + ДКЗ,$$

где *ДКЗ* — долгосрочные кредиты и займы (раздел IV баланса).

1.3. *Общая величина основных источников формирования запасов* (ОИЗ) на конец расчетного периода. Рассчитывается по формуле

$$ОИЗ = СДИ + ККЗ,$$

где *ККЗ* — краткосрочные кредиты и займы (раздел V баланса).

В результате можно определить три показателя обеспеченности запасов источниками их финансирования.

1. Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств (А*COQ:*

$$\Delta COC = COC - З,$$

где З — запасы (раздел II баланса).

2. Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных источников финансирования запасов (А*СДИ):*

$$\Delta СДИ = СДИ - З.$$

3. Излишек (+), недостаток (—) общей величины основных источников покрытия запасов *(АОИЗ):*

$$\Delta ОИЗ = ОИЗ - З.$$

Приведенные показатели обеспеченности запасов соответствующими источниками финансирования трансформируются в трехмерной модели Л/= (А*СОС* А*СДИ* А*ОИЗ),* которая характеризует тип финансовой устойчивости предприятия. На практике встречаются четыре типа финансовой устойчивости (табл. 9.1).

Таблица 8.1. Типы абсолютной финансовой устойчивости предприятия на основе трехмерной модели

Тип абсолютной финансовой устойчивости	Трехмерная модель	Источники финансирования запасов	Краткая характеристика финансовой устойчивости
1. Абсолютная финансовая устойчивость	М = (1. 1. 1) ДСОС > 0; Д*СДИ* > 0; ДОИЗ > 0	Собственные оборотные средства (чистый оборотный капитал)	Высокий уровень платежеспособности. Предприятие не зависит от внешних кредиторов
2. Нормальная финансовая устойчивость	М = (0. 1. 1) ДСОС < 0; Д*СДИ* > 0; Д *ОИЗ* > 0	Собственные оборотные средства плюс долгосрочные кредиты и займы	Нормальная платежеспособность. Рациональное использование заемных средств. Высокая доходность текущей деятельности
3. Неустойчивое финансовое состояние	М = (0. 0. 1) ДСОС < 0; *АСДИ* < 0; Д*ОИЗ > 0*	Собственные оборотные средства плюс долгосрочные кредиты и займы плюс	Нарушение нормальной платежеспособности. Возникает необходимость

Тип абсолютной финансовой устойчивости	Трехмерная модель	Источники финансирования запасов	Краткая характеристика финансовой устойчивости
		краткосрочные кредиты и займы	привлечения дополнительных источников финансирования. Возможно восстановление платежеспособности
4. Кризисное (критическое) финансовое состояние	*М* = (0. 0. 0) ДСОС < 0; *АСДИ* < 0; *АОИЗ* < 0		Предприятие полностью неплатежеспособно и находится на грани банкротства

Основные пути улучшения платежеспособности на предприятиях, имеющих неустойчивое финансовое состояние:

- увеличение собственного капитала (раздела 111 баланса);
- снижение внеоборотных активов (за счет продажи или сдачи в аренду неиспользуемых основных средств);
- сокращение величины запасов до оптимального уровня.

2. Оценка и анализ финансовой устойчивости по относительным показателям.

Относительные показатели финансовой устойчивости характеризуют степень зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов. Владельцы предприятия заинтересованы в оптимизации собственного капитала и в минимизации заемных средств в общем объеме финансовых источников. Кредиторы оценивают финансовую устойчивость заемщика по величине собственного капитала и вероятности предотвращения банкротства.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется состоянием собственных и заемных средств и оценивается с помощью системы финансовых коэффициентов. Анализ осуществляется путем расчета и сравнения отчетных показателей с базисными, а также изучения динамики их изменения за определенный период. Базисными показателями могут быть:

- значения показателей за предыдущий период;
- значения показателей аналогичных предприятий;
- среднеотраслевые значения показателей, установленные государственными и отраслевыми органами управления.

Оценка финансовой устойчивости предприятия проводится с помощью финансовых коэффициентов (табл. 9.2).

Таблица 8.2 - Коэффициенты относительной финансовой устойчивости гостиничного предприятия

Наименование показателя	Что характеризует	Способ расчета	Интерпретация Показателя
1. Коэффициент финансовой независимости (Кфн)	Долю собственного капитала в итоге баланса	Кфн = СК/ВБ СК — собственный капитал; ВБ — итог баланса.	Рекомендуемое значение показателя — выше 0,5. Превышение указывает на укрепление финансовой независимости предприятия от внешних источников
2. Коэффициент задолженности (КЗ)	Соотношение между заемными и собственными средствами	КЗ = ЗК/СК ЗК — заемный капитал; СК — собственный капитал.	Рекомендуемое значение показателя — 0,67

Наименование показателя	Что характеризует	Способ расчета	Интерпретация Показателя
3. Коэффициент самофинансирования (Ксф)	Соотношение между собственными и заемными средствами	Ксф = СК/ЗК СК — собственный капитал; ЗК — заемный капитал.	Рекомендуемое значение > 1,0. Указывает на возможность покрытия собственным капиталом заемных средств
4. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (К0)	Долю чистого оборотного капитала в оборотных активах	$К_О$ = СОС/ОА СОС — собственные оборотные средства; ОА — оборотные активы.	Рекомендуемое значение показателя > 0,1 (или 10%). Чем выше показатель, тем больше возможностей у предприятия в проведении независимой финансовой политики
5. Коэффициент маневренности (Км)	Долю собственных оборотных средств в собственном капитале	Км = СОС/СК СОС — собственные оборотные средства; СК — собственный капитал.	Рекомендуемое значение 0,2-0,5. Чем ближе значение показателя к верхней границе, тем больше у предприятия финансовых возможностей для маневра
6. Коэффициент финансовой напряженности (К ф.н.)	Долю заемных средств в валюте баланса заемщика	К ф.н.= ЗК/ВБ ЗК — заемный капитал; ВБ — итог баланса.	Не более 0,5. Превышение верхней границы свидетельствует о большой зависимости предприятия от внешних финансовых источников
7. Коэффициент соотношения оборотных и внеоборотных активов (Кс)	Сколько Внеоборотных активов приходится на каждый рубль оборотных активов	Кс =ОА/ВОА ОА — оборотные активы; ВОА — внеоборотные активы	Индивидуален для каждого предприятия. Чем выше значение показателя, тем больше средств авансируется в оборотные активы
8. Коэффициент имущества производственного назначения (Кипн)	Долю имущества производственного назначения в активах предприятия	Кипн = (ВОА+З)/А ВОА — внеоборотные активы; З — запасы; А — общий объем активов (имущества)	Кипн>0,5.При снижении показателя ниже чем 0,5, необходимо привлечение заемных средств для пополнения имущества

Анализ коэффициентов — это нахождение соотношения между двумя отдельными показателями. В табл. 9.2 представлен лишь ряд коэффициентов из большого числа, используемого в практике, но всех их можно объединить в пять групп по следующим характеристикам:

а) возможности погашения текущих обязательств;

б) движения текущих активов;

в) собственного капитала;

г) результатов основной деятельности;

д) информации о состоянии рынка.

Методика анализа названных выше коэффициентов состоит в сравнении:

- фактических коэффициентов текущих с отчетными;
- фактических коэффициентов с нормативами;
- фактических коэффициентов предприятия с показателями конкурентов;
- фактических коэффициентов с отраслевыми показателями.

Тема 8.2 Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток

Платежеспособность предприятия — такое состояние его финансовых возможностей, когда оно способно своевременно и полностью выполнять свои финансовые обязательства перед внутренними и внешними партнерами, а также перед государством. Платежеспособность непосредственно влияет на формы и условия осуществления коммерческих сделок, в том числе на возможность получения кредитов и займов.

Ликвидность предприятия — его способность преобразования своих активов (имущества) в денежные средства. Ликвидность, в частности, характеризуется наличием у предприятия ликвидных средств в форме остатка денег в кассе, денежных средств на счетах в банках и легко реализуемых элементов оборотных активов (например, краткосрочных ценных бумаг).

Понятия платежеспособности и ликвидности не тождественны, но тесно связаны. Ликвидность предприятия отражает его способность погасить свои долговые обязательства перед поставщиками, кредиторами, акционерами и государством, т.е. платежеспособность в будущем. Для оценки платежеспособности и ликвидности предприятия проводятся:

- анализ ликвидности баланса;
- расчет и оценка финансовых коэффициентов ликвидности;
- анализ денежных (финансовых) потоков.

При анализе ликвидности баланса сравниваются активы, сгруппированные по степени их ликвидности с обязательствами, упорядоченными по срокам их погашения.

Расчет коэффициентов ликвидности позволяет оценить степень обеспеченности краткосрочных обязательств наиболее ликвидными средствами. Коэффициенты ликвидности отражают способность предприятия выполнять свои обязательства. Рассмотрим их.

1. *Текущий коэффициент* (ТК) исчисляется по формуле

$$ТК = \frac{ТА}{КЗ},$$

где *ТА* — текущие активы; *КЗ* — краткосрочная задолженность.

Это показатель способности, например, гостиницы иполнить свои краткосрочные обязательства. Коэффициент ТК показывает, во сколько раз текущие активы превышают краткосрочную задолженность. Слишком низкое значение ТК показывает неспособность предприятия удовлетворить свои краткосрочные обязательства немедленно. Слишком высокий ТК является благоприятным для заимодателей, но свидетельствует о чрезмерных инвестициях в рабочий капитал, не производящих дохода. Как утверждают аналитики, рациональный коэффициент ГА'должен находиться в пределах от 1,5 до 2,5. Хотя такое правило не может быть абсолютно верным при всех обстоятельствах, значительное отклонение от него служит поводом к серьезному анализу ликвидности предприятия.

2. *Пробный коэффициент* (*КК)* более жесткий по сравнению с *ТК.* Товарно-материальные запасы являются гораздо менее ликвидными активами, нежели денежные средства, высоколиквидные ценные бумаги и счета дебиторов:

$$КК = \frac{БК + ЛЦБ + СД}{КЗ},$$

где *Б К* — денежные средства фирмы (банк и касса); *Л ЦБ* — высоколиквидные ценные бумаги, принадлежащие предприятию; *СД* — счета дебиторов.

Чем выше *КК*, тем более ликвидным считается предприятие. Некоторые аналитики полагают, что адекватный коэффициент *КК* для гостиницы составляет около 1. Более низкое значение *К К* может свидетельствовать о неспособности предприятия удовлетворить свои краткосрочные обязательства немедленно. Значения А'А'от 1 до 1,5 могут считаться вполне приемлемыми.

$$3.\ Коэффициент\ текущей\ ликвидности\ (К_{тл}) = \frac{\text{Текущие активы}}{\text{Текущие пассивы}},$$

где нормативное значение $К_т < 1,7$.

$$4.\ Коэффициент\ срочной\ ликвидности\ (К_{сл}) = \frac{Об - Сзп}{Дк},$$

где *Об* — стоимость оборотных средств; *Сзп* — средняя стоимость запасов за период; *Дк* — краткосрочная задолженность; *К^* не менее < 1,0.

$$5.\ Коэффициент\ абсолютной\ ликвидности\ (К_{ал}) = \frac{Дср + ФВкср}{Дк},$$

где *Дер* — денежные средства; *ФВкср* — краткосрочные финансовые вложения; *Дк* — краткосрочная задолженность; $К_{Х1}$ не менее 0,1.

$$6.\ Коэффициент\ покрытия\ (К_{п}) = \frac{Об}{Дк},$$

где *Об* — стоимость оборотных средств; *Дк* — краткосрочная задолженность.

7. *Степень немедленного покрытия долгов (Снп) = НРИ* : *(СД + + СП),*

где *НРИ* — стоимость немедленно реализуемого имущества; *СД* — срочные долги; *СП* — срочные платежи наличными.

8. *Степень покрытия краткосрочных долгов (Спк) = БРИ*: *(Дк + + Дс + Пк),*

где *БРИ* — стоимость быстро реализуемого имущества; *Дк* — краткосрочная задолженность; *Дс* — среднесрочная задолженность; *Пк* — краткосрочные платежи наличными.

9. *Степень общего покрытия (Сол*) = *СвИР*: *(Дк + Пк),*

где *СвИР* — сумма свободного имущества и резервов; *Дк* — краткосрочная задолженность; *Пк* — краткосрочные платежи наличными.

Цель анализа денежных потоков — оценить способность предприятия формировать денежные средства в объеме и в сроки, необходимые для осуществления предполагаемых расходов и платежей.

Предприятие считается платежеспособным, если *ОА > КО,* где *ОА* — оборотные активы (раздел II баланса); *КО* — краткосрочные пассивы (раздел V баланса).

Более частный случай платежеспособности — если собственные оборотные средства покрывают наиболее срочные обязательства (кредиторскую задолженность), т.е.

$$СОС > СО,$$

где *СОС* — собственные оборотные средства (чистый оборотный капитал); *СО* — наиболее срочные обязательства (статьи из раздела V баланса).

На практике платежеспособность предприятия выражается через ликвидность его баланса.

Основная часть оценки ликвидности баланса — установление величины покрытия обязательств предприятия его активами, срок трансформации которых в денежные средства (ликвидность) соответствует сроку погашения обязательств (срочности возврата).

Для осуществления анализа активы и пассивы баланса классифицируются по следующим признакам и сравниваются между собой (табл. 8.3):

- активы — по степени убывания ликвидности;
- пассивы — по степени срочности оплаты обязательств.

Таблица 8.3. Условия абсолютной ликвидности

АКТИВЫ		ПАССИВЫ
А1 Быстрореализуемые активы (денежные средства + краткосрочные финансовые вложения)	А1 ≥ П1	П1 Наиболее срочные обязательства (кредиторы)
А2 Среднереализуемые активы (дебиторская задолженность)	А2 ≥ П2	П2 Краткосрочные обязательства (статьи раздела V баланса)
А3 Медленно реализуемые активы (группа статей «Запасы» раздела II)	А3 ≥ П3	П3 Долгосрочные обязательства (статьи раздела IV баланса)
А4 Труднореализуемые активы (статьи раздела I «Внеоборотные активы»)	А4 ≥ П4	П4 Постоянные (фиксированные) пассивы (статьи раздела III «Капитал и резервы»)

Обязательным условием абсолютной ликвидности баланса является выполнение первых трех неравенств. Четвертое неравенство носит балансирующий характер. Его выполнение свидетельствует о наличии у предприятия собственных оборотных средств (капитал и резервы минус внеоборотные активы).

Теоретически дефицит средств по одной группе активов компенсируется избытком по другой. Однако на практике менее ликвидные активы не могут заменить более ликвидные средства. Поэтому если любое из неравенств имеет знак, противоположный зафиксированному в оптимальном варианте, то ликвидность баланса отличается от абсолютной.

Сравнение А1 с П1 и А2 с П2 позволяет установить текущую ликвидность баланса, что свидетельствует о платежеспособности предприятия на ближайшее время.

Сравнение А3 с П3 выражает перспективную ликвидность, что является базой для прогноза долгосрочной платежеспособности.

Изменение уровня ликвидности устанавливается по динамике абсолютной величины чистого оборотного капитала. Он составляет сумму средств, оставшуюся после погашения всех краткосрочных обязательств. Поэтому рост данного показателя отражает повышение уровня ликвидности предприятия.

Для качественной оценки финансового положения предприятия кроме абсолютных показателей ликвидности баланса целесообразно с помощью финансовых коэффициентов оценить соотношение имеющихся оборотных активов (по их видам) и краткосрочных обязательств для их возможного последующего погашения.

Оборотные активы имеют различную степень ликвидности в случае их возможной реализации: абсолютно ликвидны денежные средства, далее по убывающей степени ликвидности располагаются краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность и запасы. Поэтому для оценки используются показатели, которые различаются по порядку включения в их расчет ликвидных средств, рассматриваемых в качестве покрытия краткосрочных обязательств. Расчеты целесообразно проводить на конец каждого месяца, используя внутреннюю учетную информацию предприятия (главную книгу, журналы-ордера и др.). По этим данным можно получать более точные оценки, учитывающие возникающие тенденции.

Основные финансовые коэффициенты, используемые для оценки ликвидности баланса и платежеспособности предприятия, представлены в табл. 9.4.

Ликвидный денежный поток (ЛДП) является показателем определения дефицитного или избыточного сальдо денежных средств, возникающего в случае полного покрытия всех долговых обязательств по заемным средствам. Ликвидный денежный поток характеризует финансовую устойчивость предприятия и рассчитывается как изменение в чистой кредитной позиции предприятия в течение определенного периода (месяца, квартала).

Чистая кредитная позиция — это разность между суммой долгосрочных и краткосрочных кредитов, полученных предприятием, и величиной имеющихся денежных средств на момент расчета.

Формула для расчета ликвидного денежного потока следующая:

$$ЛДП = (ДК_t + КК_t - ДС_t) - (ДК_o + КК_o - ДС_o),$$

де *ДК,* и *ДК0* — долгосрочные кредиты и займы на конец и начало расчетного периода; *КК,* и *КК0* — краткосрочные кредиты и займы на конец и начало расчетного периода; *ДС,* и *ДС0* — денежные средства (касса плюс остатки на всех счетах) на конец и начало расчетного периода.

По Главной книге можно составить динамические ряды показателей на конец каждого месяца и сделать вывод о тенденциях в изменении уровня платежеспособности. Указанные расчеты можно делать и по общей массе кредитов, займов и денежных средств, которые поступили в течение расчетного периода.

Таблица 8.4. Финансовые коэффициенты оценки ликвидности и платежеспособности предприятия

Наименование показателя	Что показывает	Способ расчета	Интерпретация показателя
1 . Коэффициент абсолютной (быстрой) ликвидности (Кад)	Какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время (на дату составления баланса)	$К_{ал}$ = (ДС + *КФВ)/КО ДС* — денежные средства; *КФВ* — краткосрочные финансовые вложения; КО — краткосрочные обязательства	Рекомендуемое значение 0,15— 0,2. Низкое значение указывает на снижение платежеспособности
2. Коэффициент текущей (уточненной) ликвидности ($К_{тл}$)	Прогнозируемые платежные возможности предприятия в условиях современного проведения расчетов с дебиторами	$К_{тл}$ = (ДС + КФВ + *ДЗ)/К0* *ДЗ* — дебиторская задолженность	Рекомендуемое значение 0,5—0,8. Низкое значение указывает на необходимость систематической работы с дебиторами, чтобы обеспечить ее преобразование в денежные средства
3. Коэффициент ликвидности при мобилизации средств ($К_{лмс}$)	Степень зависимости платежеспособности предприятия от материальных запасов с точки зрения мобилизации денежных средств для погашения краткосрочных обязательств	$К_{лмс}$=З/К0 З — запасы товарно-материальных ценностей	Рекомендуемое значение показателя 0,5—0,7. Нижняя граница характеризует достаточность мобилизации запасов для покрытия краткосрочных обязательств

Наименование показателя	Что показывает	Способ расчета	Интерпретация показателя
4. Коэффициент общей ликвидности ($К_{ол}$)	Достаточность оборотных средств у предприятия для покрытия своих краткосрочных обязательств. Характеризует также запас финансовой прочности вследствие превышения оборотных активов над краткосрочными обязательствами	$К_{ол}$ = (ДС + *КФВ* +*ДЗ* + *З)/К0 ДС* — денежные средства; *КФВ* — краткосрочные финансовые вложения; *ДЗ* — дебиторская задолженность; З — запасы товарно-материальных ценностей; КО — краткосрочные обязательства	Рекомендуемое значение показателя 1—2. Нижняя граница указывает на то, что оборотных средств должно быть достаточно для покрытия краткосрочных обязатель
5. Коэффициент собственной платежеспособности (К^)	Характеризует долю чистого оборотного капитала в краткосрочных обязательствах, т.е. способность предприятия возместить за счет чистых оборотных активов его краткосрочные долговые обязательства	$К_{сп}$ = СОС/КО СОС — чистый оборотный капитал	Показатель индивидуален для каждого предприятия и зависит от специфики его производственно-коммерческой деятельности

Отличие показателей ликвидного денежного потока от других показателей ликвидности (абсолютной, текущей и общей) состоит в следующем:

- коэффициенты ликвидности отражают способность предприятия погашать свои обязательства внешним кредиторам;
- ликвидный денежный поток характеризует абсолютную величину денежных средств, получаемых от текущей и инвестиционной деятельности предприятия.

Ликвидный денежный поток в силу своей очевидной конфиденциальности показатель, в первую очередь, внутреннего пользования. Он важен также и для потенциальных инвесторов.
Данный показатель включает в себя весь объем заемных средств и поэтому отражает влияние кредитов и займов на эффективность деятельности предприятия с точки зрения генерирования денежного потока.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 1. Предпринимательская и производственная функции на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса.

3. Цели занятия: Раскрыть основные положения предпринимательской деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предпринимательство как экономическая категория	Доклады
2	Предприятие и предпринимательская деятельность	Доклады

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия.

1.1. Предприятие и предпринимательская деятельность

Форма практического задания:доклады

Темы докладов:

1. Понятие предприятия и его цели.
2. Основные направления деятельности предприятия.
3. Правовые основы функционирования предприятия.
4. Структура предприятия.
5. Классификация предприятий.

2.Тема практического занятия**.**

1.2. Предприятие и предпринимательская деятельность

Форма практического задания: доклады

Темы докладов:

1. Сущность понятия "хозяйственно-правовая форма предприятия".
2. Государственное предприятие как хозяйственно-правовая форма, его отличие от предприятий других форм собственности.
3. Особенности формирования имущества, управления и распределения дохода на предприятиях с коллективной формой собственности.
4. Хозяйственно-правовые отличия арендных предприятий.
5. Порядок создания, управления и распределения прибыли в акционерных обществах.
6. Общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью. Особенности их формирования и управления.
7. Важнейшие условия и предпосылки создания предприятий негосударственной формы собственности.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 2. Основные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

3. Цели занятия: Сформировать у обучающихся понимание сущности основных средств, навыки расчетов динамики и эффективности использования основных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные средства предприятия: понятие и классификация	Доклады
2	Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств	Решение практических задач.

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

2. Тема практического (семинарского) занятия.

2.1. Основные средства предприятия: понятие и классификация

Темы докладов:

1. Содержание категории «основные фонды». Состав и виды основных фондов.
2. Планирование основных фондов и формулы расчета потребности туристского предприятия в оборудовании.
3. Физический и моральный износ основных фондов и формулы их расчета.
4. Показатели экстенсивного и интенсивного использования основных фондов.
5. Показатели фондоотдачи и фондоемкости.
6. Показатели фондовооруженности и производительности труда.
7. Понятие амортизации основных фондов и расчет нормы амортизационных отчислений.
8. Содержание категории аренда, виды аренды.
9. Лизинг — понятие, содержание и схема организации.
10. Расчет лизинговых платежей

2 Тема практического занятия:

2.2. Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств

Задачи для решения:

Задача 1. Исходные данные:

Деятельность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса характеризуется следующими данными:

Показатель	Предшествующий год, руб.	Отчетный год, руб.
Первоначальная стоимость основных средств	200 000	210 000
Стоимость поступивших основных средств	27 000	29 000
Стоимость выбывших основных средств	21 000	22 000
Стоимость основных средств на начало периода	180 000	186 000

Рассчитайте стоимость основных средств предприятия на конец прошлого года и отчетного года.

Задача 2. Исходные данные:

Стоимость поставки оборудования для гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатель	Сумма, тыс. руб.
Стоимость оборудования у производителя, тыс. руб.	350
Стоимость транспортировки оборудования, тыс. руб.	15
Стоимость монтажа оборудования, тыс. руб.	8

Рассчитайте первоначальную стоимость оборудования для постановки на балансовый учет предприятия.

Задача 3. Исходные данные:

Стоимость поставки оборудования для гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатель	Значения
Стоимость оборудования у производителя, тыс. руб.	480
Производитель осуществляет доставку оборудования за дополнительную плату, % к стоимости оборудования	2
Стоимость монтажа оборудования, осуществляемого самостоятельно, тыс. руб.	5

Рассчитайте первоначальную стоимость оборудования для постановки на балансовый учет предприятия.

Задача 4. Исходные данные:

Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Вид основных фондов	Балансовая стоимость на начало года, млн руб.	Прирост основных фондон, млн руб.	Срок ввода	Годовая норма амортизации, %
Здания и сооружения	9800	230	апрель	
Оборудование	570	160	июнь	12,5

Рассчитайте сумму амортизационных отчислений по гостинице на основе балансовых данных за отчетный период.

Задача 5. Исходные данные:

Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатель	Значение

Основные производственные фонды на конец года, млн руб.	150
Степень износа основных производственных фондов, %	10
Введены новые основные производственные фонды, млн руб.	7

Определите коэффициенты: обновления; износа и годности фондов на конец года.

Задача 6. Исходные данные:

Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными (тыс. руб.):

Показатель	Предыдущий	Отчетный
Объем продаж	5280	5710
Прибыль	2035	2180
Среднегодовая стоимость основных фондов	2820	2980

Рассчитайте фондоотдачу, коэффициент и рентабельность использования основных фондов. Выделите факторы, влияющие на повышение эффективности использования основных фондов.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 3. Оборотные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

3. Цели занятия: сформировать у обучающихся понимание сущности оборотных средств, навыки расчетов эффективности использования оборотных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Оборотные средства предприятия, их характеристика	Рефераты.
2	Показатели эффективности использования оборотных средств	Решение практических задач.

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

3. Тема практического (семинарского) занятия.

3.1. Оборотные средства предприятия, их характеристика.

Темы рефератов:

1. Основные финансовые ресурсы предприятия и их взаимосвязь.
2. Оборотные фонды предприятия — экономическая категория.
3. Состав оборотных фондов предприятия.
4. Планирование потребности в оборотных фондах — формулы расчета.
5. Коэффициенты использования оборотных средств.

3.Тема практического (семинарского) занятия.

3.2.Показатели эффективности использования оборотных средств

Задачи для решения:

Задача 1. Исходные данные:

Деятельность предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	2007 год	2008 год
Объём продаж (млн. руб.)	788,0	925,0
Прибыль (млн. руб.)	11,7	13,2
Среднегодовая сумма оборотных средств (млн. руб.)	36,8	38,8

Рассчитайте показатели экономической эффективности использования оборотных средств. Определите абсолютную сумму высвобождённых или дополнительно привлечённых оборотных средств в результате изменения оборачиваемости, а также влияние изменения объёма продаж и среднегодовой суммы оборотных средств на оборачиваемость оборотных фондов.

Задача 3. Исходные данные:

Деятельность гостиничного предприятия в текущем году характеризуется следующими показателями:

Показатели	Ед. изм.
Планируемый объём гостиничных услуг (ночёвки в номерах)	29 200
Норма расхода туалетного мыла в день на номер (шт.)	2
Остаток на начало года	900
Нормативный запас на следующий год	1000

Рассчитайте потребность в туалетном мыле на предстоящий год.

Задача 4. Исходные данные:

На конец финансового года запасы ресторана равны 30 000 руб., а себестоимость реализованной продукции – 120 000 руб. Определите коэффициент оборачиваемости запасов.

Задача 5. Исходные данные:

Гостиничное предприятие осуществляет продажу номеров в кредит по корпоративным контрактам с фирмами. Деятельность гостиницы в отчетном месяце характеризуется следующими показателями:

Показатели	Единица измерения
Нормативный срок кредита по корпоративным контрактам (дн.)	30
Дополнительный срок кредита по корпоративным контрактам (дн.)	3
Объём продаж номеров по корпоративным контрактам за месяц (туродни)	100
Фактическая дебиторская задолженность (руб.)	345 000
Цена номера по корпоративным контрактам (руб.) в сутки	3 000

Определите сумму просроченной дебиторской задолженности на начало следующего месяца.

Задача 6. Исходные данные:

Деятельность гостиничного предприятия в отчетном периоде характеризуется следующими показателями:

Показатели	2007 год	2008 год
Затраты по предоставлению услуг за год (тыс. руб.)	87 600,0	95 947,5
Средняя кредиторская задолженность (тыс. руб.)	380,0	330,0

Определите динамику кредиторской задолженности гостиничного предприятия.

1.Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 4. Издержки производства предприятия и их учет

3. Цели занятия: сформировать у обучающихся представление о сущности издержек производства и их классификации, сформировать навыки калькулирования себестоимости..

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Издержки и их классификация	Рефераты.
2	Калькуляция себестоимости продукции и услуг	Решение практических задач.

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

4. Тема практического (семинарского) занятия.

4.1.Издержки и их классификация

Тема рефератов

1. Классификация затрат по первичным элементам.
2. Классификация затрат по статьям калькуляции.
3. Классификация затрат по способу отнесения затрат на себестоимость продукции, услуг.
4. Классификация затрат по функциональной роли в формировании себестоимости продукции, услуг.
5. Классификация затрат по степени зависимости от изменения объема производства.
6. Классификация затрат в зависимости от времени возникновения и отнесения на себестоимость продукции.
7. Определите понятие «себестоимость продукции/услуг».
8. Дайте определение производственной себестоимости продукции/услуг.
9. Дайте определение полной себестоимости продукции/услуг.

4.Тема практического занятия.

4.2.Калькуляция себестоимости продукции и услуг

Задачи для решения:

Задача 1. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными: совокупные затраты равны 1 000 000 руб., число проданных ночевок — 500. Определить средние затраты на единицу проданной продукции (номеров).

Задача 2. Рассматривается вопрос об открытии ресторана в одном из трех районов города: *A, B, C.* Исследование показало, что постоянные затраты (за год) в этих районах города равны 200 000, 500 000 и 800 000 рублей соответственно, а переменные затраты — 65, 45 и 30 рублей за единицу продукции соответственно. Ожидаемый годовой объем обслуживания - 50 000 чел. Определим место строительства с учетом полных затрат.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 5. Ценообразование на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать у обучающихся понимание сущности ценообразования и сформировать навыки владения методами ценообразования.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Роль цены в экономике предприятия	Рефераты.
2	Ценообразование на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса	Решение практических задач.

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

5. Тема практического (семинарского) занятия.

5.1. Роль цены в экономике предприятия.

Перечень тем рефератов:

1. Охарактеризуйте основные составляющие структуры цены.
2. Перечислите функции цены в экономике.
3. Охарактеризуйте основные направления ценовой политики.
4. Стратегии дифференцированного ценообразования.
5. Стратегии ассортиментного ценообразования.
6. Стратегии конкурентного ценообразования.
7. Объясните взаимосвязь целей фирмы, характеристик покупателей и стратегий ценообразования.
8. Охарактеризуйте маркетинговые методы ценообразования.
9. Методы ценообразования как установление надбавок к затратам.
10. Метод ценообразования «баланса доходов и расходов».

5.Тема практического занятия.

5.2. Ценообразование на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса

Задачи для решения:

Задача1. Полные затраты на производство услуги составляют 3 000 руб. Норматив рентабельности к издержкам, установленный планом, составляет 15%. Определите цену на услугу.

Формула расчета:

$P = C * (1 + r)$,

где P – цена услуги;

C – себестоимость услуги (средние полные издержки единицы услуги);

r – норматив рентабельности к средним полным издержкам.

Задача 2. Исходные данные:

Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Годы	Вариант 1		Вариант 2	
	Цена за номер	Число проданных номеров	Цена за номер	Число проданных номеров
2023	210 (P1)	630 (Q1)	210 (P1)	630 (Q1)
2024	230 (P2)	420 (Q2)	210 (P2)	640 (Q2)

Определите эластичность спроса по цене.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 6. Прибыль и безубыточность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать у обучающихся представление о о прибыли и сформировать практические навыки расчета точки безубыточности..

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Прибыль предприятия и методы ее расчета	Доклады.
2	Безубыточность работы предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение	Решение практических задач.

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

6. Тема практического (семинарского) занятия.

6.1. Прибыль предприятия и методы ее расчета

Перечень тем докладов:

1. Прибыль предприятия как экономическая категория, виды прибыли.
2. Метод прямого счета планирования прибыли.
3. Ассортиментный метод планирования прибыли.
4. Аналитический метод планирования прибыли.
5. Метод совмещенного расчета прибыли.
6. Мультипликативный метод расчета прибыли.
7. Охарактеризуйте механизм налогообложения прибыли на предприятии Гостинично-ресторанного бизнеса.
8. Алгоритм корректировки валовой прибыли.
9. Объясните понятие точки безубыточности предприятия и характеризующие ее показатели.
10. Операционный (производственный) рычаг и методы его расчета.

6.Тема практического занятия.

6.2. Безубыточность работы предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение

Задачи для решения.

Задача 1. Исходные данные:

Турфирма оказывает одну услугу. Средние переменные издержки на ее производство и реализацию составляют 90 усл. ден. единиц. Цена единицы туруслуги равна 120 усл. ден. единиц. Постоянные издержки составляют 30 тыс. усл. ден. единиц.

Рассчитайте, какую прибыль получит турфирма при реализации 1 тыс., 3 тыс. и 5 тыс. единиц этой услуги.

Задача 2. Исходные данные:

Турфирма производит и реализует одну услугу. Ее деятельность характеризуется следующими показателями:

Показатели	руб.
Цена единицы услуги	600
Переменные издержки на единицу этой услуги (руб.), в т.ч. – сырье, топливо и другие предметы труда – заработная плата – переменные производственные накладные расходы – переменные сбытовые накладные расходы	480 200 160 80 40
Постоянные издержки	136

Определить, сколько единиц услуги должна реализовать фирма, чтобы обеспечить получение прибыли в размере 32 тыс. руб.

Задача 3. Исходные данные:

Турфирма оказывает одну услугу. Ее деятельность характеризуется следующими данными:

Показатели	(тыс. руб.)
выручка от реализации	150
переменные издержки	100
постоянные издержки	40
прибыль	10

Определить пороговую выручку.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 7. Анализ хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать понимание у обучающихся о методах анализа хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анализ оборотных активов предприятия	Доклады.
2	Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг	Решение практических задач.

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

7. Тема практического (семинарского) занятия.

7.1. Анализ оборотных активов предприятия

Перечень тем докладов:

1. В чем заключается анализ хозяйственной деятельности (основные понятия, виды и методы анализа)?
2. Перечислите основные направления использования результатов анализа финансово-хозяйственной деятельности и цели его проведения.
3. Объясните структуру агрегированного баланса.
4. Объясните понятия вертикального и горизонтального анализа.
5. Коэффициенты рентабельности капитала.
6. Коэффициенты рентабельности продукции/услуг.
7. Коэффициенты эффективности труда.
8. Коэффициенты анализа дебиторской задолженности.
9. Коэффициенты анализа кредиторской задолженности.
10. Коэффициент анализа оборота товарно-материальных запасов.

7.Тема практического занятия.

7.2. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг

Задачи для решения.

Задача 1. Исходные данные:

Небольшая гостиница предоставила ночевок в январе 1200 ноч./ном., в феврале — 1900 ноч./ном., в марте — 1800 ноч./ном. Цена одного номера составляет 70 усл. ден. един. Себестоимость одного номера составляла: в январе — 55 усл. ден. един., в феврале — 57усл. ден. един., в марте — 52 усл. ден. един.

Сравните рентабельность продукции, выпущенной за три месяца.

Задача 2. Исходные данные:

Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	Единица
Цена на номер в сутки	300,0 руб.
Объём реализации номеров (ночёвок) за год	29 200
Выручка от реализации (млн. руб.)	8,8
Издержки производства (млн. руб.)	6,3
Капитальные вложения (млн. руб.)	12,9

Определите прибыль, рентабельность единицы продукции, рентабельность инвестиций, рентабельность на вложенный капитал.

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса

2. Раздел 8. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

3. Цели занятия: сформировать понимание у обучающихся о финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Финансовая устойчивость предприятия	Доклады.
2	Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток	Решение практических задач.

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

8. Тема практического (семинарского) занятия.

8.1. Финансовая устойчивость предприятия

Перечень тем докладов:

1. Что такое финансовая устойчивость предприятия и в чем она выражается?
2. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость.
3. Изложите методику оценки и анализа финансовой устойчивости по абсолютным показателям.
4. Расскажите о типах финансовой устойчивости предприятия на основе трехмерной модели.
5. Изложите методику оценки и анализа финансовой устойчивости по относительным показателям.
6. Коэффициенты ликвидности гостиничного предприятия.
7. Раскройте понятие «ликвидный денежный поток».
8. Изложите методику диагностики банкротства предприятия, формула расчета.
9. Аналитическая «Модель Альтмана» определения банкротства.
10. Двухфакторная модель определения банкротства.

8.Тема практического занятия.

8.2. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток

Задачи для решения.

Задача 1. Исходные данные:

Деятельность предприятия характеризуется следующими данными:

(условные денежные единицы)

Показатель	2023 год	2024 год
Запасы	10 000	15 000
Дебиторская задолженность	2 000	5 000
Денежная наличность	20 000	18 000
Краткосрочная кредиторская задолженность	25 000	27 000

Определите оборотные активы, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент срочной ликвидности.

Задача 2. Исходные данные:

Деятельность предприятия характеризуется следующими данными:

Коэффициент	Значение	
	на начало периода	на конец триода
1. Автономии	0,59	0,58
2. Соотношения заемных и собственных средств	0,69	0,72
3. Маневренности	0,40	0,33

4. Обеспеченности запасов и затрат собственными источниками	1,33	0,88
5. Абсолютной ликвидности	0,52	0,24
6. Ликвидности	1,09	0,73

Оцените финансовое положение предприятия.

Задача 3. Исходные данные:

Деятельность гостиничного предприятия в текущем году характеризуется следующими показателями:

Показатели	На начало периода тыс. руб.	На отчётную дату тыс. руб.
Собственный капитал	483,5	590,9
Заёмные средства	319,6	508,9
Кредиторская задолженность и другие пассивы	34,3	32,3

Рассчитайте коэффициенты финансовой независимости (автономии), задолженности, финансовой напряженности, коэффициент самофинансирования и дать оценку финансового состояния предприятия.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Предпринимательская и производственная функции на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 1.1. Предпринимательство как экономическая категория

Источник: https://studref.com/377268/menedzhment/ekonomicheskaya_suschnost_predprinimatelstva

Источник: https://studref.com/321710/ekonomika/predprinimatelskaya_deyatelnost_rynke_zemli_ekonomicheskaya_pravovaya_kategoriya

Тема 1.2. Предприятие и предпринимательскаядеятельность

Источник: https://www.beboss.ru/entrepreneurship

Источник: https://www.beboss.ru/entrepreneurship

РАЗДЕЛ 2. Основные средства предприятия Гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 2.1. Основные средства предприятия: понятие и классификация

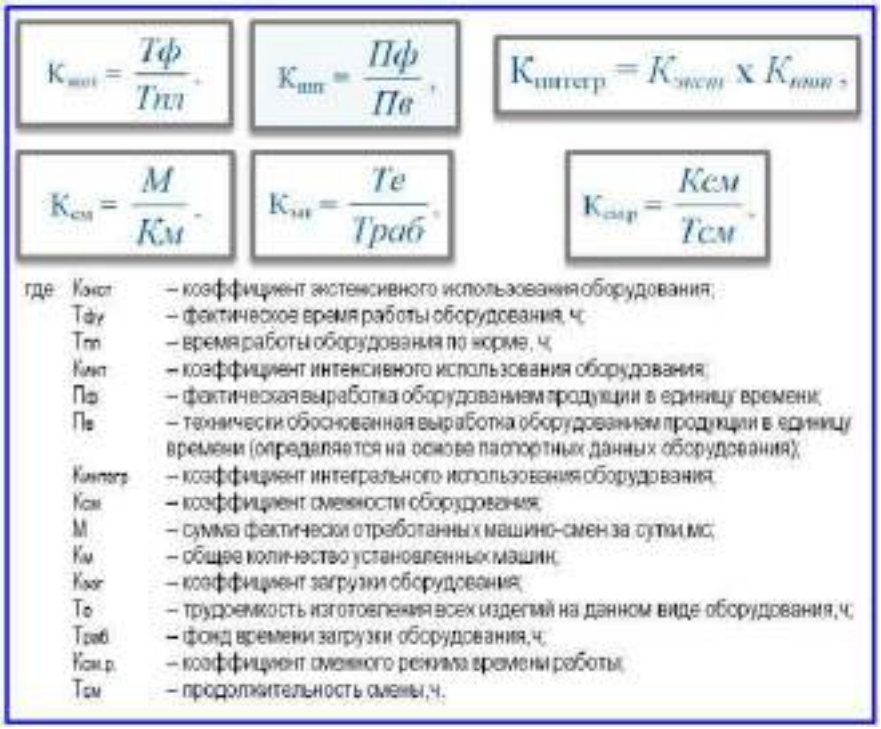
Источник: https://profmeter.com.ua/communication/learning/course/course3/lesson142/

Источник: https://ppt-online.org/116260

Тема 2.2. Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств

Признак классификации	Вид основных средств
По функциональному назначению	Производственные (основное производство)
	Производственные (вспомогательное производство)
	Непроизводственные
По отраслевому признаку	ОС промышленности
	ОС сельского хозяйства
	ОС других отраслей
По вещественно-натуральному составу	Здания
	Сооружения
	Передаточные устройства
	Машины и оборудование
	Транспортные средства
	Производственный и хозяйственный инвентарь
	Другие ОС
По правовому статусу	Собственные
	Арендуемые
По степени использования	Находящиеся в эксплуатации
	Находящиеся в запасе
	Находящиеся на стадии достройки, реконструкции
	Находящиеся на консервации
	Переданные в аренду
По имущественной характеристике	Движимые
	Недвижимые

Источник: http://projectimo.ru/upravlenie-investiciyami/pokazateli-ehffektivnosti-ispolzovaniya-osnovnykh-sredstv.html

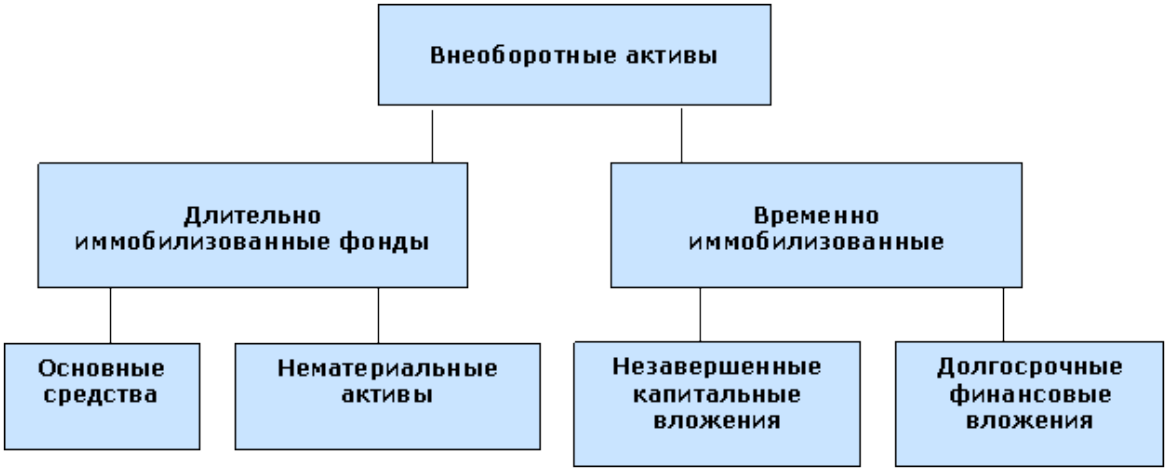


Источник: http://projectimo.ru/upravlenie-investiciyami/pokazateli-ehffektivnosti-ispolzovaniya-osnovnykh-sredstv.html

РАЗДЕЛ 3. Оборотные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

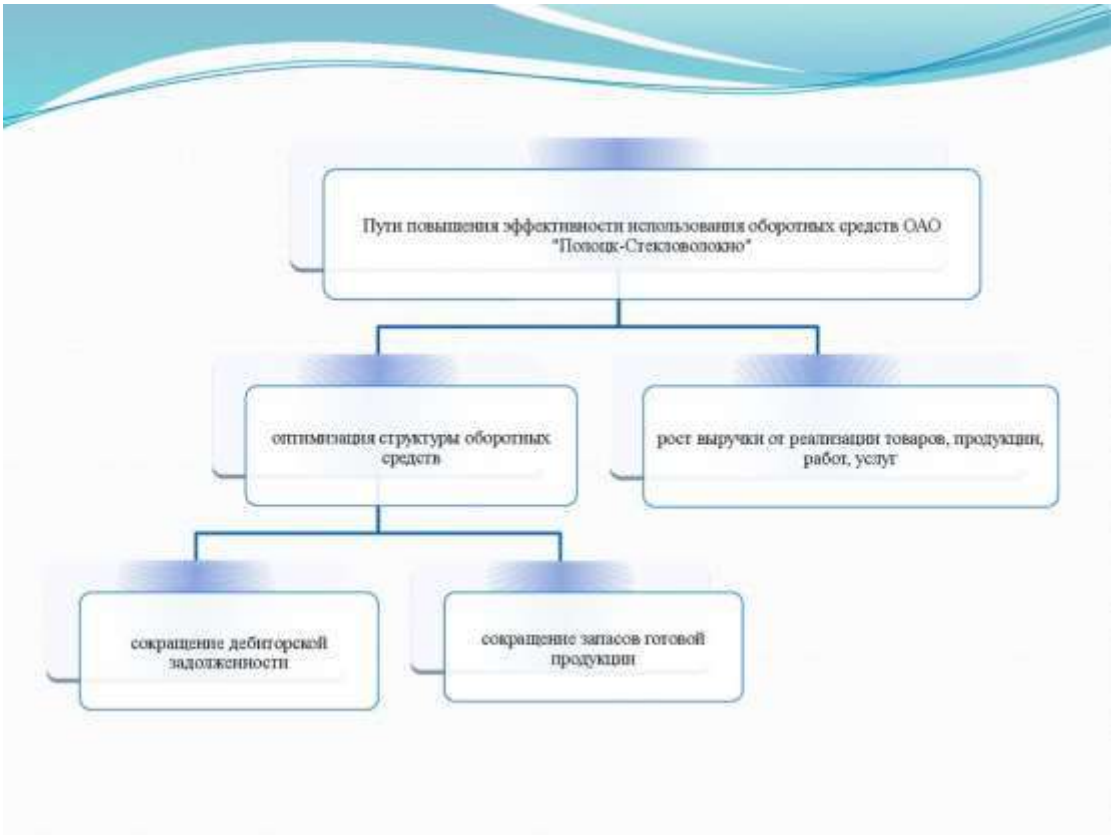
Тема 3.1. Оборотные средства предприятия, их характеристика

Источник: http://eokd.tolgas.ru/euk/et/3.htm



Источник: http://eokd.tolgas.ru/euk/et/3.htm

Тема 3.2. Показатели эффективности использования оборотных средств



Источник: https://ppt-online.org/66756

Мероприятия по снижению затрат на производство продукции

Наименование мероприятия	Затраты на внедрение мероприятий	Снижение себестоимости
Повышение технического уровня производства	541,3	737,1
- внедрение новых прогрессивных технологий, механизации и автоматизации производственных процессов	222,9	160,1
- совершенствование технологии производства	148,0	308,0
- улучшение использования сырья, материалов, применение новых видов сырьевых ресурсов	170,4	269,0
- изменение конструкции и технических характеристик продукции	0,0	
- ввод в действие и освоение новых производств	0,0	
- прочие мероприятия, повышающие технический уровень производства	0,0	
Внедрение вычислительной техники	0,0	
Улучшение организации производства труда	0,0	107,4
ИТОГО по организации с учетом дополнительных мер, из них	43 448	4 173
- мероприятия по снижению материалоемкости продукции	541	737
- мероприятия по снижению энергоемкости продукции	42907	3328

Источник: https://ppt-online.org/66756

РАЗДЕЛ 4. Издержки производства предприятия и их учет
Тема 4.1. Издержки и их классификация

Элементы внутренних издержек

1. Нормальная прибыль (минимальная плата, необходимая для того, чтобы удержат предпринимательский талант в рамках предприятия) ⟹ общая выручка = экономическим издержкам.
2. Экономическая прибыль (доход, полученный сверх нормальной прибыли) ⟹ разница между выручкой фирмы и ее экономическими издержками.
3. Бухгалтерская прибыль представляет собой разницу между выручкой фирмы и ее бухгалтерскими издержками.

Расчет бухгалтерской и экономической прибыли (тыс. руб.)

	Бухгалтерский	Экономический
1. Выручка	1000	1000
2. Явные затраты	800	800
а) Сырье и материалы	350	350
б) Топливо, энергия	100	100
в) Зарплата	250	250
г) % по заемным средствам (1000) при i=0, 1	100	100
3. Неявные затраты		250
а) Альтернативная стоимость времени предпринимателя		50
б) Альтернативная стоимость собственных средств капитала (2000) при i=0, 1		200
4. Бухгалтерская прибыль	200	
5. Экономическая прибыль		-50

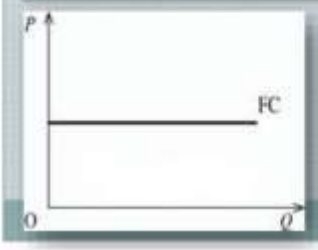
Источник: https://ppt-online.org/308081

Виды издержек

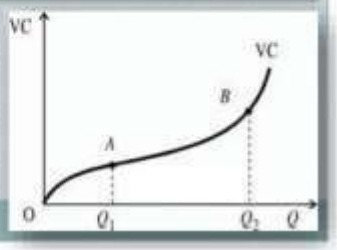
- **Средние издержки**- общие издержки в расчете на единицу продукции.
- **Предельные издержки**- это прирост общих издержек, связанный с выпуском дополнительной единицы продукции.
- **Общие издержки (ТС)**- издержки всего выпуска продукта фирмы.

Постоянные (FC)- часть общих издержек фирмы, которая не зависит от объема выпускаемой продукции (аренда помещения, процент по ссуде, полученной в банке, заработная плата аппарата управления)

Переменные (VC) -часть общих издержек фирмы, величина которой находится в прямой зависимости от выпуска продукта (затраты на сырье, топливо, энергию, заработная плата рабочих, упаковка продукции)



Невозвратные - осуществленные один раз, и не могут быть возвращены даже после прекращения деятельности фирмы (затраты на регистрацию фирмы)



Источник: https://ppt-online.org/308081

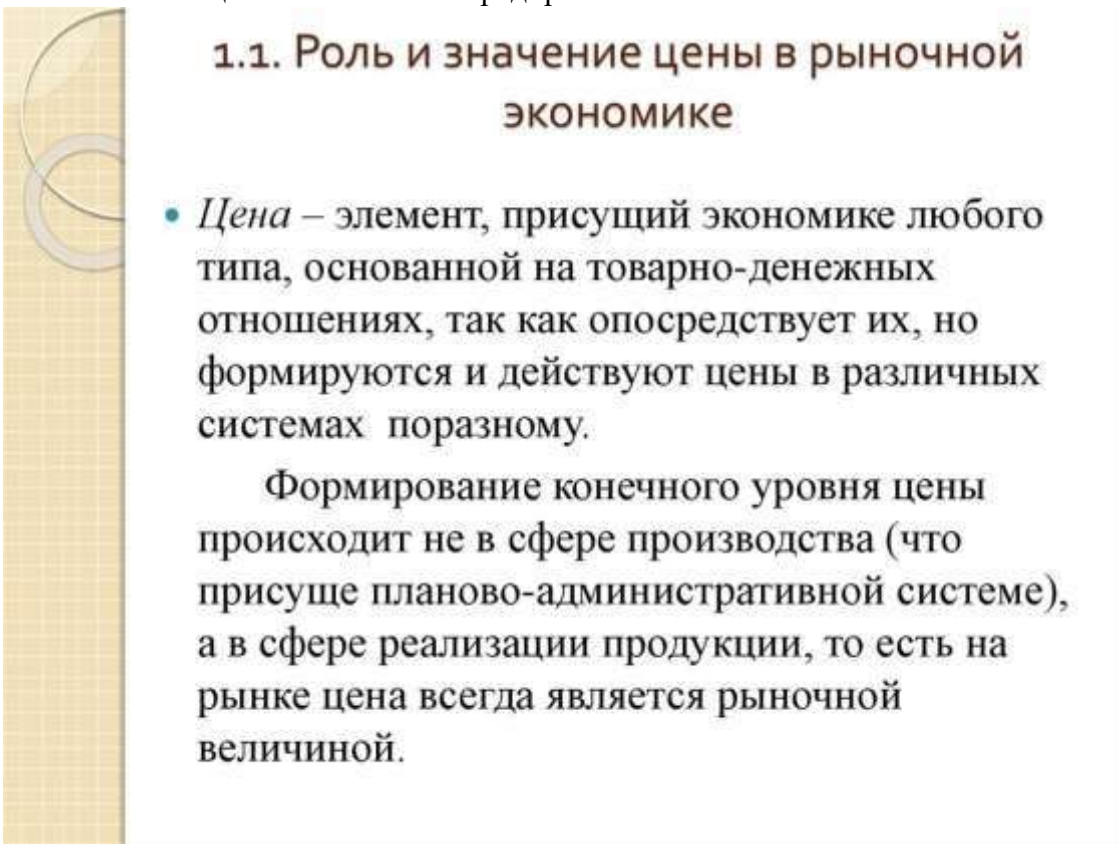
Тема 4.2. Калькуляция себестоимости продукции и услуг

Источник: https://www.fd.ru/articles/161118-kalkulyatsiya-sebestoimosti-produktsii-osobennosti-sostavleniya-obrazets-v-excel

Источник: https://www.fd.ru/articles/161118-kalkulyatsiya-sebestoimosti-produktsii-osobennosti-sostavleniya-obrazets-v-excel

РАЗДЕЛ 5. Ценообразование на предприятии гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 5.1. Роль цены в экономике предприятия



Источник: https://ppt-online.org/387194

Источник: https://ppt-online.org/387194

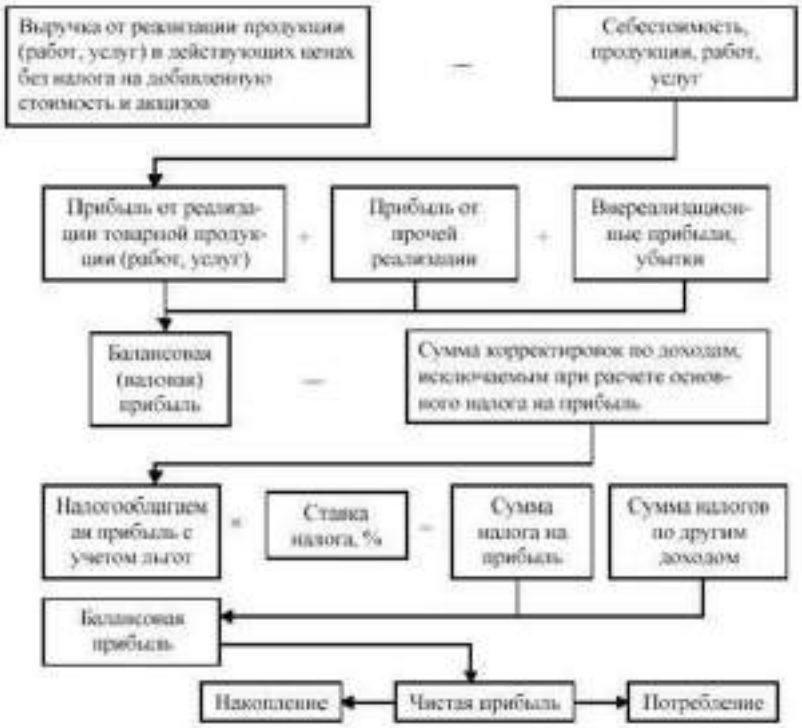
Тема 5.2. Ценообразование на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса

Источник: https://ppt-online.org/780450

Источник: https://ppt-online.org/780450

РАЗДЕЛ 6. Прибыль и безубыточность предприятия Гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 6.1. Прибыль предприятия и методы ее расчета

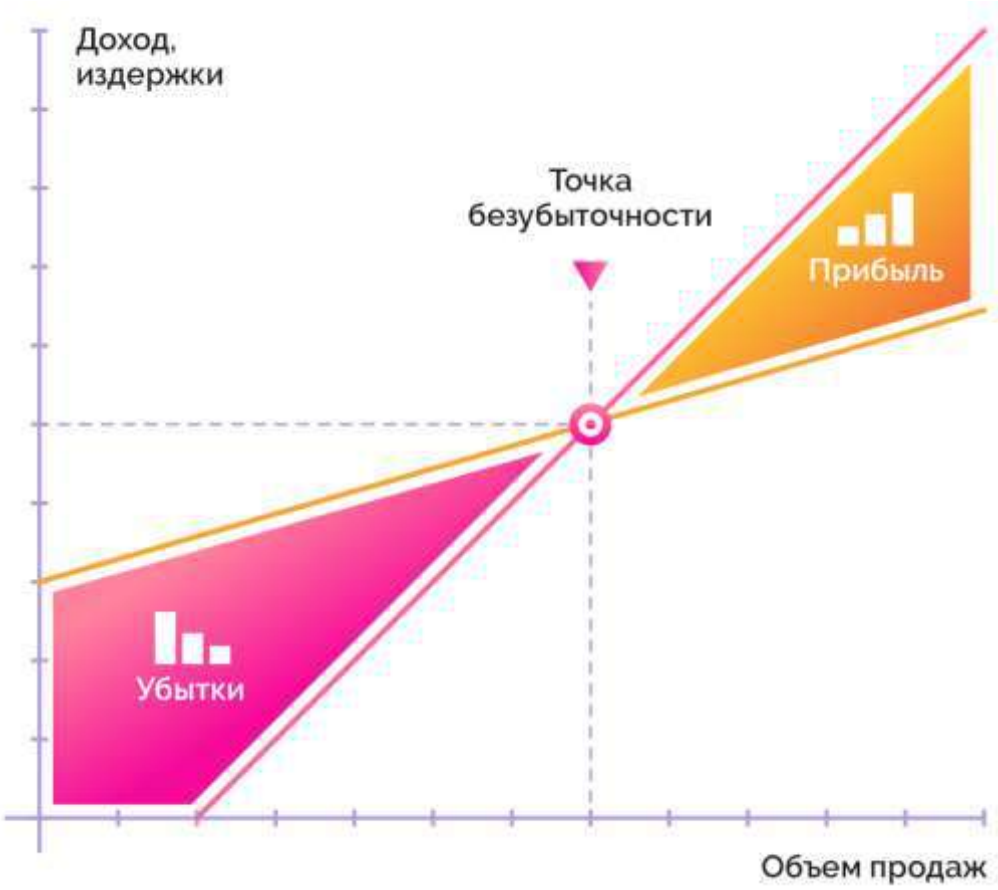


Источник: https://ecoorg.jimdofree.com/%D1%81%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B9/%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8C-%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F/

Источник: https://ecoorg.jimdofree.com/%D1%81%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-

%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B9/%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8C-%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F/

Тема 6.2. Безубыточность работы предприятия Гостинично-ресторанного бизнеса. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение

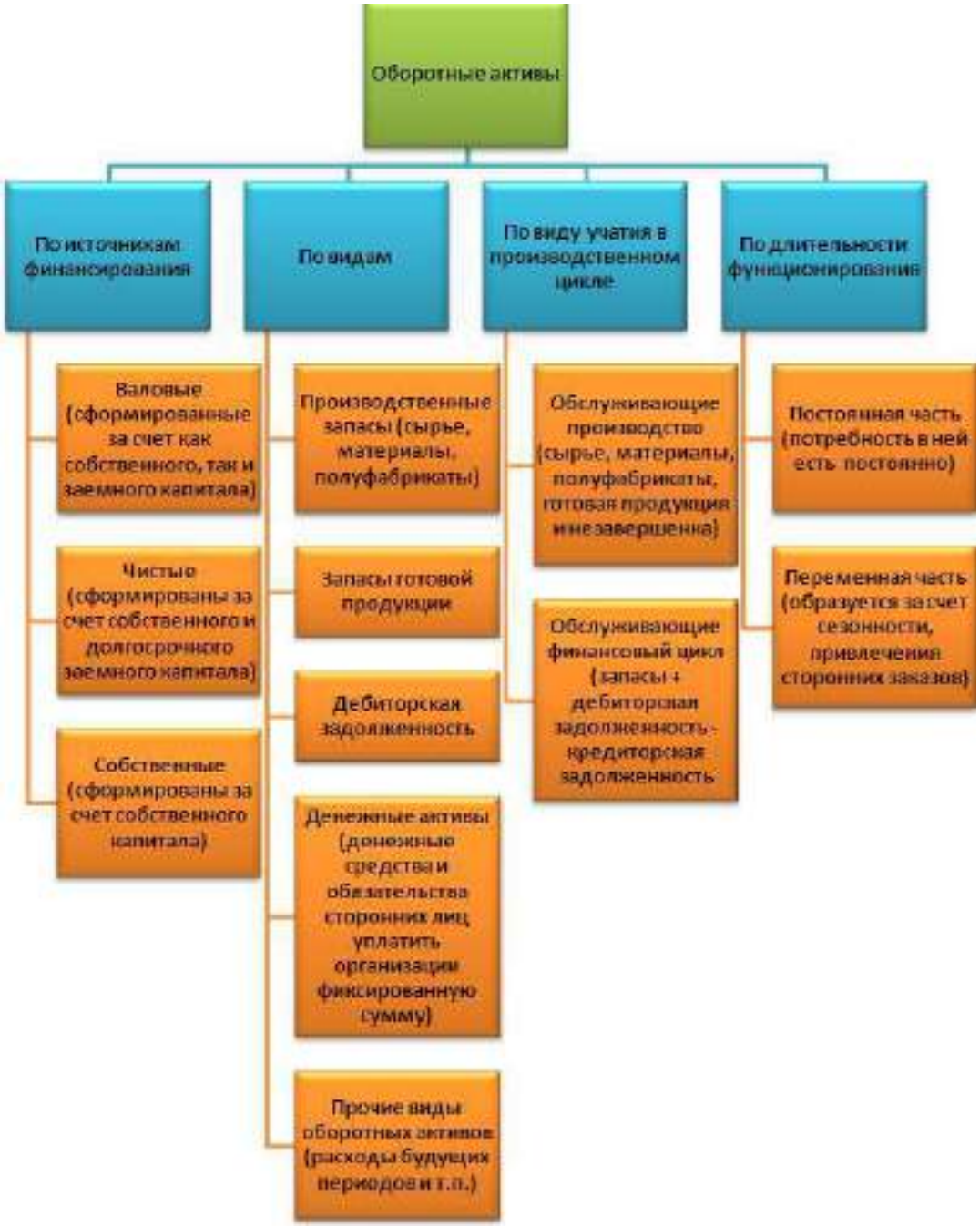


Источник: https://neiros.ru/blog/finance/kak-i-zachem-rasschityvat-tochku-bezubytochnosti/

Источник: https://neiros.ru/blog/finance/kak-i-zachem-rasschityvat-tochku-bezubytochnosti/

РАЗДЕЛ 7. Анализ хозяйственной деятельности предприятия Гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 7.1. Анализ оборотных активов предприятия



Источник: https://1fin.ru/?id=281&t=513

Источник: https://1fin.ru/?id=281&t=513

Тема 7.2. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг

Источник: https://www.profiz.ru/peo/10_2021/rentabelnost_kompanii/

Коэффициент общей ликвидности	$= \frac{Текущие\ активы}{Текущие обязательства}$
Коэффициент быстрой (срочной) ликвидности	$= \frac{Ден.ср-ва + Крат.фин.вложж + Деб.з.}{Текущие\ обязательства}$
Коэффициент абсолютной ликвидности	$= \frac{Ден.ср-ва + Крат.фин.вложж}{Текущие\ обязательства}$

Источник: https://www.profiz.ru/peo/10_2021/rentabelnost_kompanii/

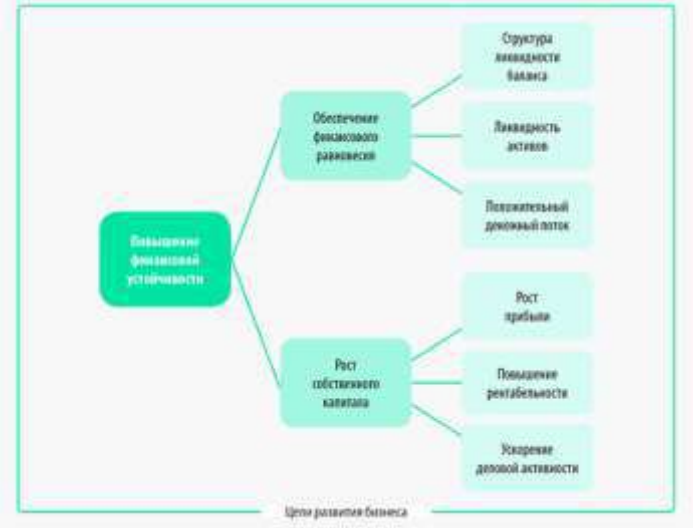
РАЗДЕЛ 8. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 8.1. Финансовая устойчивость предприятия

Таблица 2. Оценка финансовой устойчивости

Степень финансовой устойчивости	Значение абсолютных показателей	Источники формирования оборотных активов	Комментарий
Хорошая финансовая устойчивость	Все три показателя > 0	Собственные оборотные средства	Высокая платежеспособность и низкая зависимость от кредиторов
Нормальная финансовая устойчивость	Только второй и третий показатели > 0	Собственные оборотные средства и долгосрочные обязательства	Хорошая платежеспособность и рентабельность деятельности
Низкая финансовая устойчивость	Только третий показатель > 0	Собственные оборотные средства, долгосрочные и краткосрочные обязательства	Низкая платежеспособность и высокая зависимость от кредитов

Источник: https://www.profiz.ru/peo/7_2021/tekhnika_upravleniya/

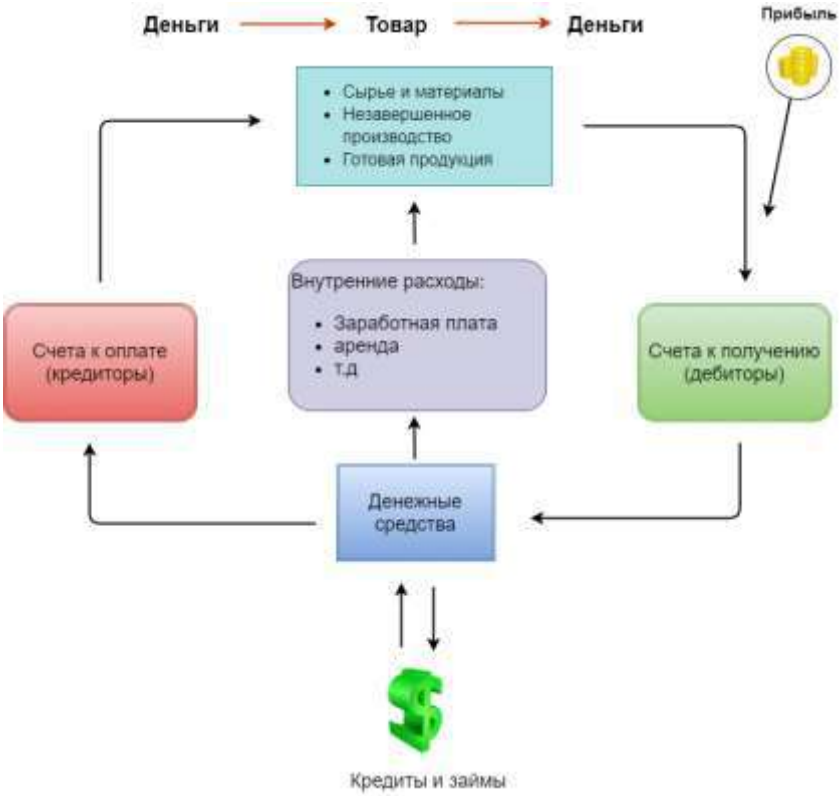


Источник: https://www.profiz.ru/peo/7_2021/tekhnika_upravleniya/

Тема 8.2. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток

Актив		Пассив	
Необоротные активы	220	**Собственный капитал**	180
Текущие активы:	340	**Долгосрочные обязательства**	75
— Запасы	150	**Краткосрочные обязательства**	305
— Дебиторская задолженность	140		
— Денежные средства	50		
Всего активов	560	**Всего пассив**	560

Источник: https://www.antonpiskun.pro/kak-proanalizirovat-platezhesposobnost-kompanii/



Источник: https://www.antonpiskun.pro/kak-proanalizirovat-platezhesposobnost-kompanii/

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся

ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ	
Тема1.1 Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом	Понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом». Функции сервис-дизайна. Сервисный дизайнер и как это связано с UX/UI. Бизнес-процессы. Методики, которые помогают понять и наладить бизнес-процессы. Роли сервисного дизайнера и работе с возникающими ограничениями.
Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью.	Исследование клиентского опыта. Погружение в опыт пользователя. Карта стейкхолдеров. Методы исследования. Качественные методы исследования. Этнография. Этап Эмпатии – Глубинное интервью. Подготовка и проведение. Глубинное интервью: пять почему. Глубинное интервью, как их проводить; проблемные интервью; решенческие интервью; экспертные интервью. Отраслевые специалисты.
РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ	
Тема 2.1. Исследование потребности гостя и его взаимодействие с продуктом	Метриках, сервис-дизайна:NPS(Net Promoter Score). Индекс потребительской лояльности, CSI(Customer Satisfaction Index). Уровень удовлетворенности клиентов,

	CES(Customer Effort Score). Оценка потребительских усилий, которая показывает, eNPS(Employee Net Promoter Score). Уровень лояльности персонала. Отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта. Расставление в CJM метрики входа, обратной связи, удержания и развития.
Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише	Разработка новых сервисов и подходов. Изменение бизнес-модели. Новые фишки для клиентов. Дизайн, тексты и интерактивные элементы интерфейсов , как удерживать внимание. Привычки пользователей, влияние на их поведение. Этикой сервисного проектировщика. Руководство пользователя при покупке или клике. Теория Jobs To Be Done.
РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА	
Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения	Необходимые действия чтобы клиенты хотели пользоваться сервисом. Создадите базовый вовлекающий сценарий. Изучите разные механики вовлечения аудитории и то, как её измерять. Узнаете о популярном принципе MAYA, который помогает продавать новые продукты и привлекательно «упаковывать» старые. Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории.
Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента.	Работа с CJM (Customer Journey Map ,карта пути клиента**)**: В каких точках аудитория соприкасается с продуктом. Как взаимодействуют с вашей компанией разные сегменты аудитории. Какие этапы проходит пользователь перед покупкой и какие цели он преследует. Насколько удобно переходить с этапа на этап при взаимодействии с вашим продуктом. Какие эмоции испытывает клиент на пути к своим целям. С какими барьерами сталкиваются покупатели. Построение карты пути клиента: Сбор информации о клиенте, Перечисление точек и каналов взаимодействия. Определение барьеров и их устранение. Слои пользовательского Ошибки при составлении CJM привычек и wow-решений. *Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, влияет их на доверие и эмоции пользователей.*
РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН	
Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам	Баланс интересов пользователя и бизнеса. Работа с противоречиями, построение логики проекта. Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников. Карты пути сотрудников. Кейсы и корпоративные сервисы.
Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес	Описание, обзор, взгляд на проекта с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить. Приём Reframing Method, в общении с клиентом.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие

предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа,

основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ

Тема1.1 Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом».
2. Функции сервис-дизайна.
3. Сервисный дизайнер и как это связано с UX/UI.
4. Бизнес-процессы.
5. Методики, которые помогают понять и наладить бизнес-процессы.
6. Роли сервисного дизайнера и работе с возникающими ограничениями.

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью.

Вопросы для самоподготовки:

1. Исследование клиентского опыта.
2. Погружение в опыт пользователя.
3. Карта стейкхолдеров.
4. Методы исследования.
5. Качественные методы исследования.
6. Этнография.
7. Этап Эмпатии – Глубинное интервью.
8. Подготовка и проведение.
9. Глубинное интервью: пять почему.
10. Глубинное интервью, как их проводить; проблемные интервью; решенческие интервью; экспертные интервью.
11. Отраслевые специалисты.

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ

Тема 2.1. Исследование потребности гостя и его взаимодействие с продуктом

Вопросы для самоподготовки:

1. Метриках, сервис-дизайна:NPS(Net Promoter Score).
2. Индекс потребительской лояльности, CSI(Customer Satisfaction Index).
3. Уровень удовлетворенности клиентов, CES(Customer Effort Score).
4. Оценка потребительских усилий, которая показывает, eNPS(Employee Net Promoter Score).
5. Уровень лояльности персонала.
6. Отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта.
7. Расставление в CJM метрики входа, обратной связи, удержания и развития.

Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише

Вопросы для самоподготовки:

1. Разработка новых сервисов и подходов.
2. Изменение бизнес-модели.
3. Новые фишки для клиентов.

4. Дизайн, тексты и интерактивные элементы интерфейсов, как удерживать внимание.
5. Привычки пользователей, влияние на их поведение.
6. Этикой сервисного проектировщика.
7. Руководство пользователя при покупке или клике.
8. Теория Jobs To Be Done.

РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

Вопросы для самоподготовки:

1. Необходимые действия чтобы клиенты хотели пользоваться сервисом.
2. Создадите базовый вовлекающий сценарий.
3. Изучите разные механики вовлечения аудитории и то, как её измерять.
4. Узнаете о популярном принципе MAYA, который помогает продавать новые продукты и привлекательно «упаковывать» старые.
5. Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории.

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента.

Вопросы для самоподготовки:

1. Работа с CJM (Customer Journey Map ,карта пути клиента):
2. В каких точках аудитория соприкасается с продуктом.
3. Как взаимодействуют с вашей компанией разные сегменты аудитории.
4. Какие этапы проходит пользователь перед покупкой и какие цели он преследует.
5. Насколько удобно переходить с этапа на этап при взаимодействии с вашим продуктом.
6. Какие эмоции испытывает клиент на пути к своим целям.
7. С какими барьерами сталкиваются покупатели.
8. Построение карты пути клиента: Сбор информации о клиенте, Перечисление точек и каналов взаимодействия.
9. Определение барьеров и их устранение.
10. Слои пользовательского
11. Ошибки при составлении CJM привычек и wow-решений.
12. Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, влияет их на доверие и эмоции пользователей.

РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

Вопросы для самоподготовки:

1. Баланс интересов пользователя и бизнеса.
2. Работа с противоречиями, построение логики проекта.
3. Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников.
4. Карты пути сотрудников.
5. Кейсы и корпоративные сервисы.

Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

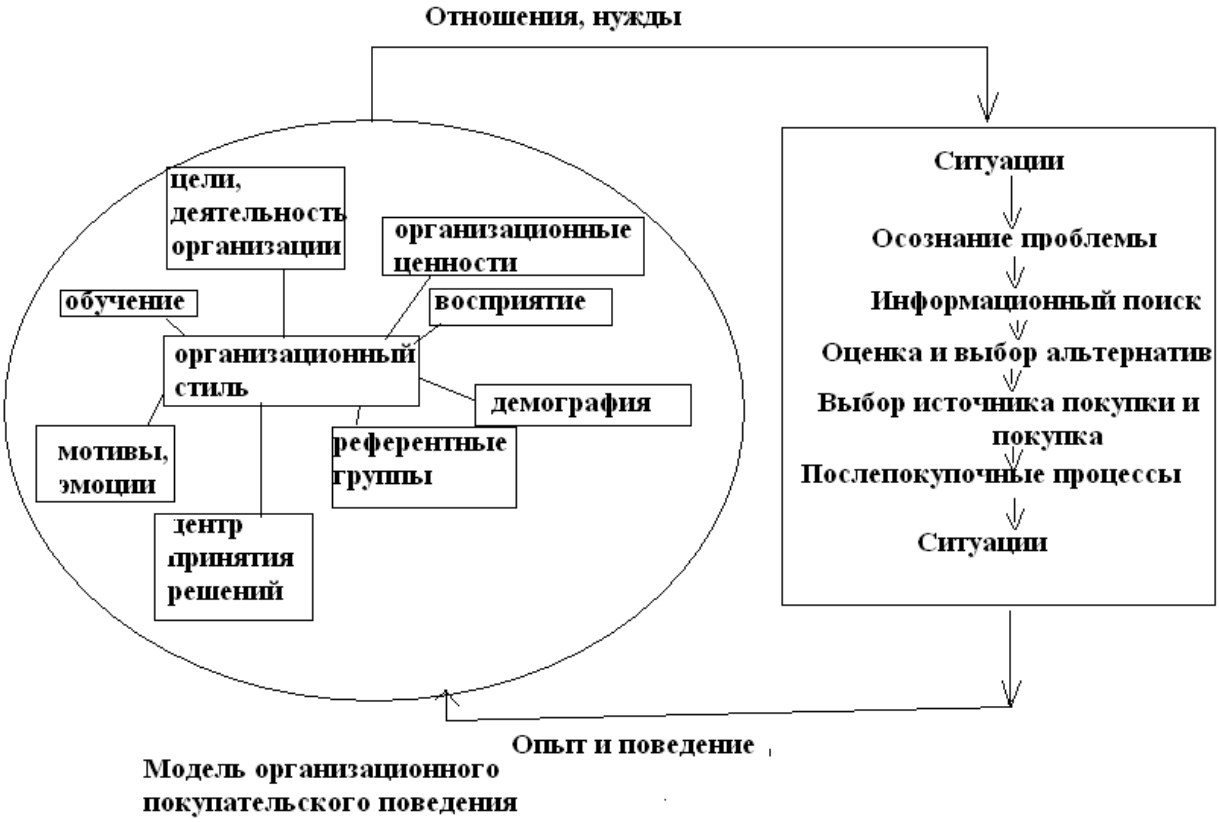
Вопросы для самоподготовки:

1. Описание, обзор, взгляд на проекта с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить.
2. Приём Reframing Method, в общении с клиентом.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ

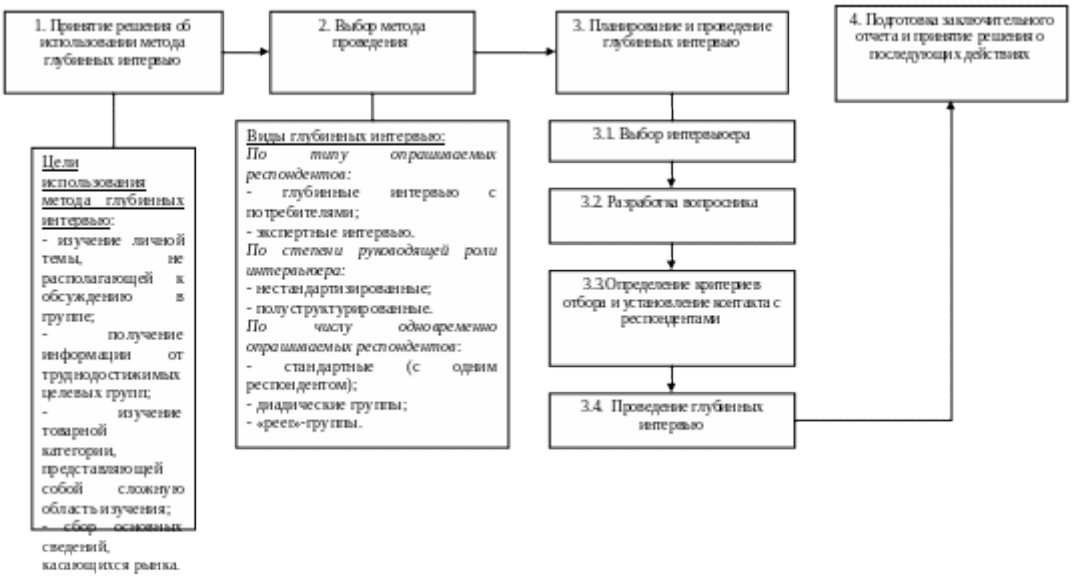
Тема1.1 Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом



Модель организационного покупательского поведения

Модель организационного покупательского поведения

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью.



Этапы проведения глубинных интервью

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ

Тема 2.1. Исследование потребности гостя и его взаимодействие с продуктом

Выявление потребностей клиента

Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише

Потребности клиента и характеристики продукта

РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

Процесс принятия потребителями решения о покупке

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента.

Карта пути клиента

РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

Уровни мотивации сотрудников сферы сервиса

Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

Принципы внедрения подходов сервис-дизайна

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги

следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении

следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ/Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о функции сервис-дизайна.
- изучить методики анализа бизнес-процессов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Функции сервис-дизайна.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Бизнес-процессы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

Текст лекции.

Сервис-дизайн делает опыт видимым — выявляет его и наглядно показывает. С этой новой для компании информацией можно работать и менять подход в любой части бизнеса. Например, в маркетинге, операциях, логистике, юридическом отделе, бухгалтерии или во всех департаментах вместе.

На выходе мы видим разные решения. Это может быть полное перестроение системы, ребрендинг, изменение стандартов сервиса, а может быть пул маленьких решений.

В фокусе сервис-дизайна находятся люди со своими привычками и потребностями. Это могут быть клиенты компании, сотрудники или одновременно клиенты и сотрудники. Поэтому сервис-дизайн или его элементы могут использовать любые специалисты, чья работа нацелена на взаимодействие с людьми. Например, маркетологи, продакт-менеджеры, HR, коммьюнити-менеджеры, руководители техподдержки.

В Европе и США сервис-дизайнер — отдельная профессия, но российские вузы пока не обучают этой специальности.

Сервис-дизайнер решает задачи бизнеса. Для этого он глубоко погружается в опыт сотрудников и клиентов, вникает во все мелочи процесса: проводит глубинные интервью, наблюдает за работой изнутри, «в полях». В сервис-дизайне есть инструменты, которые помогают собирать, обобщать и анализировать информацию. Например, портреты-описания основных действующих персонажей — «персон». Или прототипирование — пошаговое моделирование процесса взаимодействия «персоны» с реальностью.

Результаты исследований показывают, что хочет клиент, какие у него есть потребности и проблемы. Из исследований рождается концепция сервиса, а из концепции — гипотезы и решения.

Компании часто обращаются к сервис-дизайнерам, когда видят ухудшение показателей ARR, LTV, CAC, CMGR или снижение активных пользователей и увеличение оттока клиентов. Тогда менеджеры приходят с конкретным запросом — выявить и решить проблему.

Второй повод обратиться к сервис-дизайнерам — внести в бизнес-процессы что-то новое. Например, компания решила перейти на удалённую работу и хочет выстроить удобную систему с высокой продуктивностью сотрудников.

Третья причина — понимание, что дизайн-мышление помогает гибко реагировать на неожиданные изменения и смену трендов, что бы ни происходило снаружи и внутри компании.

Как компании зарабатывают больше с помощью сервис-дизайна

Сервис-дизайн меняет реальность для людей вокруг компании и внутри неё: клиенты удовлетворены, а сотрудники работают продуктивнее, снижается текучка кадров. Выявление истинных желаний и потребностей клиентов влияет на все аспекты бизнеса. Например, делает рекламу эффективнее — рекламный бюджет уменьшается, а конверсия увеличивается.

Эффект от сервис-дизайна видно в конкретных показателях:

1. Повышается качество поддержки пользователей и их удовлетворенность (NPS, CSI, CES);
2. Увеличивается конверсия в повторную покупку и LTV;

Сервис-дизайн (англ. service design) — это проектирование процессов и услуг с учетом пожеланий клиентов и интересов организации. Готовый продукт удовлетворяет потребности пользователей и решает задачи бизнеса — генерирует прибыль, выстраивает новые бизнес-модели.

Сервис-дизайн никак не связан с визуализацией продукта. Его могут использовать дизайнеры, маркетологи, коммьюнити-менеджеры и другие специалисты, взаимодействующие с людьми. В фокусе их внимания — покупательские привычки и потребности людей.

Заинтересованность бизнеса в сервис-дизайне очевидна: довольный клиент = лояльный клиент.

Сервис-дизайн — это комплекс инструментов, помогающий выявить неудовлетворенные потребности покупателей при коммуникации с брендом.

С помощью сервис-дизайна специалисты отслеживают пользовательский опыт и изменяют бизнес-процессы в любой отрасли — маркетинге, продажах, логистике, юриспруденции, бухгалтерии.

В результате бизнес внедряет новые решения: перестраивают систему, проводят ребрендинг, изменяют стандарты сервиса или принимают другие более мелкие решения.

Кассы самообслуживания в супермаркетах, табло для считывания штрих-кодов в торговых залах и сервисы доставки продуктов — инструменты, созданные с помощью сервис-дизайна.

Сервис-дизайн основан на пяти базовых принципах:

- Ориентация на покупателя. Компания проводит качественные исследования, чтобы понять целевую аудиторию.
- Сотворчество. Методы генерации идей и дизайн-мышление помогают вовлекать все заинтересованные стороны при проектировании решения.
- Разделение. Пользовательский путь делят на отдельные сегменты, а затем каждый из них анализируют. Так компания лучше понимает, что нужно клиенту.
- Демонстрация. Бизнес визуализирует пользовательский опыт, чтобы лучше понять клиента.
- Целостность. Организация рассматривает все точки соприкосновения клиента с компанией.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом».
2. Функции сервис-дизайна.
3. Сервисный дизайнер и как это связано с UX/UI.
4. Бизнес-процессы.
5. Методики, которые помогают понять и наладить бизнес-процессы.
6. Роли сервисного дизайнера и работе с возникающими ограничениями.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ/Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об исследовании клиентского опыта.
- изучить технологии подготовки и проведения глубинного интервью

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Исследование клиентского опыта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Карта стейкхолдеров.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
1.3	Подготовка и проведение глубинного интервью	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью.

Текст лекции.

Анализ клиентского опыта — это подробное исследование клиентского опыта с целью дальнейшего совершенствования продукта и его способов поставки

Чтобы измерить и провести анализ клиентского опыта, вам необходимо выяснить три вещи.

Вы должны:

- Определить своих идеальных клиентов, чей опыт вы хотите измерить и проанализировать
- Определить ключевые точки соприкосновения клиентов с продуктом, где вы хотите измерить опыт
- Собрать отзывы клиентов и их видение

Определите своих идеальных клиентов

Идеальные клиенты — это те, кто получит наибольшую ценность от ваших продуктов или услуг, а также те, кто, если им предложат уникальный опыт использования, будет возвращаться снова и снова. Они являются основой вашей клиентской базы.

Если вы не совсем уверены, кто эти клиенты, не волнуйтесь: вы можете найти их, запустив простой опрос на странице.

Он поможет выяснить, кто эти люди, что они делают и как они используют ваши продукты или услуги. Затем вы можете установить свой фокус на клиентах, которые приобретают продукт чаще всего, сделали это недавно и потратили больше денег.

После того, как у вас появится общее представление о том, кто ваши идеальные клиенты, вы можете начать копать глубже и создавать портреты пользователей, которые будут направлять вас к последующим шагам.

Определение ключевых точек соприкосновения с клиентами

Нет ничего плохого в том, чтобы собирать неструктурированную обратную связь от ваших клиентов — обратная связь есть обратная связь. Но, если вы пытаетесь исправить и улучшить что–либо, вам будет необходимо сфокусироваться на чем–то определенном.

Есть конкретные точки соприкосновения, которые требуют особого внимания (даже если ваши клиенты не указывают на них как на проблемные места):

- Пункт продажи/сразу после покупки
- Новый пришедший клиент
- Неуспешные сделки
- Продление подписки клиента
- Отток клиентов
- Первые посещения веб–сайта
- Возврат продукта
- Закрытые обращения в поддержку (после 20 минут)

- Сбор клиентских отзывов и их видение продукта

Способы сбора данных о клиентском опыте и обратной связи

Существует несколько способов сбора обратной связи и информации от ваших клиентов — ниже представлены шесть примеров.

Запуск опросов качества обслуживания

После того как вы определили основные контрольные точки, которые вы хотите исследовать, вы можете сформулировать опросы для клиентов.

Общие исследования клиентского опыта включают в себя:

- Net Promoter Score (NPS): NPS измеряет вероятность того, что клиенты порекомендуют вас друзьям или коллегам, и это отличный предсказатель будущего роста
- Customer Satisfaction (CSAT): Вопросы CSAT используются для определения того, удовлетворен ли клиент конкретным элементом полученного опыта (например, поддержкой, которую он получил)
- Customer Effort Score (CES): CES оценивает усилия, необходимые клиенту для достижения цели (например, устранения проблемы, размещения заказа и т.п.)

Основные исследования: компании рассылают эти опросы в ключевых точках контакта на протяжении всего цикла использования продукта (например, через 2 недели после первоначальной покупки или сразу после завершения адаптации)

При настройке опросов в первый раз выберите одну контрольную точку вместо того, чтобы идти ва–банк и оптимизировать вопросы одновременно.

Это поможет вам структурировать обратную связь, далее, чем больше опросов вы будете запускать, тем более качественные данные вы сможете собирать.

Структурированный сбор данных помогает анализировать и исследовать клиентский опыт.

Проведите неструктурированные интервью

Интервью более трудоемки, чем создание опроса на странице вашего сайта, но есть некоторые мощные идеи, которые можно получить от клиента, проведя с ним время и слушая, как он рассказывает свои уникальные истории.

Вы не только получите большую симпатию — вы почти гарантированно обнаружите потребности и барьеры для покупки, о которых вы никогда не знали.

Кроме того, через опросы проще анализировать клиентский опыт и исследовать его — они структурированы, и вы сможете заложить в них свои гипотезы, которые сможете подтвердить или опровергнуть.

Adele Revella (Адель Ревелла) основатель и генеральный директор Института личности покупателя, считает, что успешное интервью с клиентом начинается с одного вопроса:

«Что произошло в тот день, когда вы впервые обнаружили, что вам необходимо решить такую проблему/достичь такой цели?»

Вы не спрашиваете о дне, когда они решили купить ваш продукт: вы хотите, чтобы они говорили о том моменте, когда они осознали непреодолимую потребность тратить деньги на решение своей проблемы или достижение определенной цели.

Следуйте этой мысли, запрашивая более подробную информацию, и вы обнаружите обстоятельства в их опыте, которые обычно не узнаете из опроса.

Это делает интервью настолько эффективными, что клиенты могут наткнуться на вещи, которые и сами не осознавали.

Совет: пригласите своего генерального директора и других руководителей присутствовать на интервью (или, по крайней мере, слушать записи).

Таким образом, они придут к лучшему пониманию клиента, и у них будет более конкретное видение того, чего вы пытаетесь достичь.

Изучите данные веб–аналитики

Веб–аналитика — это сбор, измерение и анализ данных веб–сайта. Она позволяет просматривать совокупную активность веб–сайта и даже отображать экосистему веб–сайта.

Веб–аналитика не похожа на сбор обратной связи, но даст вам много контекстного понимания.

Вы добьетесь хороших результатов, наблюдая просмотры страниц, коэффициенты отсева, шаблоны трафика и его источники в Google Analytics, Яндекс Analytics (или любом другом аналитическом ПО).

Например, если один пользователь сообщает о проблемах при заказе определенного продукта, вы можете просмотреть эту страницу и определить, сколько таких же клиентов отсеялось.

Веб–аналитика — это эффективный инструмент для исследования клиентского опыта более непосредственно — через прямое наблюдение фактов о том, как реагируют клиенты на изменения в вашем сайте, продукте или позиционировании.

Нанимайте тайных покупателей

В дополнение к онлайн у вас может быть физически существующий магазин: если это так, задумайтесь о найме тайных покупателей для проверки пути покупателя.

Они помогут вам определить, полезен ли ваш персонал, легко ли найти ваши продукты, и насколько прост весь процесс.

Если вы обнаружите проблему, то с легкостью сможете перестроить процессы и соответствующим образом обучить свой персонал.

Тайные покупатели могут дать очень ценные данные для анализа клиентского опыта ваших покупателей.

Отслеживание настроений пользователя (для более крупных компаний)

Если у вас десятки или сотни подписчиков в социальных сетях, вы можете использовать анализ настроений, для оценки того, как клиенты видят ваш бренд.

На самом продвинутом уровне анализ настроений (также известный как «анализ мнений») использует «обработку естественного языка» (Natural Language Processing) для классификации общественных настроений как положительных, нейтральных или отрицательных.

На самом базовом уровне речь идет о ведении электронной таблицы записи комментариев, которые вы получаете.

Позже вы будете проверять цифры и выясните, какие продукты и процессы влияют на ваш опыт работы с клиентами.

С этого может начаться глобальное исследование клиентского опыта, результатом которого могут стать значительные улучшения показателей в лучшую сторону.

Как анализировать клиентский опыт

После того, как все данные окажутся в ваших руках, важно решить, как индивидуальные жалобы (микроуровень), так и проработать процессы компании, политику, проблемы с продуктами и/или культурный менталитет, которые создают проблему (макроуровень).

Решение вопросов микроуровня

Попросите руководителя или менеджера обратиться к клиенту, который подал жалобу. Пусть клиент выскажется, а затем отработайте это обращение для исправления ошибок, где это возможно:

Если проблема возникает из–за неудачи со стороны сотрудника, менеджер может взять на себя обязательство обучить его правильному подходу.

Если проблема связана с политикой компании, менеджер может попытаться объяснить ее смысл (не отстаивая), ожидая что клиент поймет ваш взгляд.

И хотя менеджер не должен брать на себя обязательство изменить политику сразу же, он может взять на себя ответственность обсуждения вопроса с руководителем для создания других альтернатив.

Решение вопросов макроуровня

Взгляните на общую картину и определите, где на пути клиента возникают жалобы.

Помните, что не все отзывы будут равноценными, и вы не станете прогибаться, пытаясь угодить пользователям, которые никогда не станут клиентами, приносящими доход.

Чтобы убедиться, что ваши проекты по улучшению имеют должное влияние, рассмотрите следующие факторы:

— Насколько распространен этот опыт? Влияет это на 4% ваших пользователей или на 40%?

— Насколько серьезен этот вопрос? Это удерживает людей от обращения? А может, это – незначительный фактор?

После того как вы определили наиболее распространенные и серьезные проблемы, вы можете решить их, изменив политику компании, обучив персонал, изменив дизайн вашего веб–сайта, внеся изменения и запустив тестирование, а также переосмыслив свои процессы — таким образом, чтобы оптимизировать работу с клиентами.

Совет: когда речь заходит о преобразовании, лучше предварительно собрать отзывы посетителей, которые не стали покупателями — они помогут вам понять, что необходимо сделать, чтобы завоевать тех, кто в будущем станет клиентом, но нуждается в большей уверенности.

Анализ тенденций изменения клиентского опыта

Работа над анали означает проведение регулярных исследований на ключевых контрольных точках, которые мы рассмотрели выше.

Хотите вы изучать тенденции еженедельно или ежемесячно, зависит от вас, но анализ опыта постоянных клиентов жизненно необходим, потому как он расскажет, окупаются ли ваши усилия.

Если вы заметили фактор, ухудшающий клиентский опыт (что вы понимаете по каким–то метрикам), вы должны посмотреть глубже и определить первопричину.

5 показателей качества обслуживания клиентов для отслеживания

Индекс потребительской лояльности (Net Promoter Score, NPS): NPS измеряет вовлеченность клиентов, узнавая, насколько вероятно, что клиенты будут рекомендовать вашу компанию коллегам и друзьям.

Отслеживание NPS крайне важно, так как это — предсказатель роста компании, эта метрика поможет отслеживать тенденции и оценивать влияние ваших усилий. Вы можете удвоить то, что работает, и исключить то, что вызывает проблемы.

Удовлетворенность потребителя (Customer Satisfaction, CSAT): CSAT обычно использует двоичную шкалу (Да/Нет, лайк/дизлайк) или 5-7-балльную шкалу (1: очень сложно и 7: очень легко), для определения удовлетворенности клиентского опыта.

Зачем его отслеживать? Внезапное падение баллов CSAT, скорее всего, означает, что у вас есть проблема, которая требует немедленного решения.

Оценка потребительских усилий (Customer Effort Score, CES) — CES говорит, сколько усилий ваши клиенты должны приложить, чтобы достичь цели или решить проблему.

Колебания CES означают, что ваши клиенты изо всех сил пытаются удовлетворить свои потребности. Важно быстро выявить проблему (например, сбой веб–сайта, неэффективная политика, недостаток продукта) и устранить ее как можно скорее.

Время отклика (или «время ответа», Response Time) —это время, необходимое клиенту для получения ответа на запрос о помощи.

Легко зациклиться на доходах, по мере того как растут ваши цифры, но по мере того, как ваша компания масштабируется, вам также нужно будет масштабировать свою команду поддержки — в противном случае вы рискуете потерять большую часть своих доходов.

Если вы заметили, что время отклика растет, обычно приходит время нанять больше сотрудников службы поддержки или изучить внутренние процессы, которые требуют оптимизации.

Анализ настроений — анализ настроений использует машинное обучение, позволяющее определить, как люди относятся к вашему бренду и вашим продуктам на основе того, что они публикуют в социальных сетях.

Это реально работает только для крупных брендов с тысячами упоминаний в социальных сетях.

Компании живут и умирают благодаря своей репутации. Конкурирующие бренды могут начать с самого низа, чтобы достичь больших масштабов, но лучше всего обращать внимание на жалобы, прежде, чем они начнут ассоциироваться с вашим брендом.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Исследование клиентского опыта.
2. Погружение в опыт пользователя.
3. Карта стейкхолдеров.
4. Методы исследования.
5. Качественные методы исследования.
6. Этнография.
7. Этап Эмпатии – Глубинное интервью.
8. Подготовка и проведение.
9. Глубинное интервью: пять почему.
10. Глубинное интервью, как их проводить; проблемные интервью; решенческие интервью; экспертные интервью.
11. Отраслевые специалисты.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ / Тема 2.1 Исследование потребности гостя и его взаимодействие с продуктом - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- изучить методики оценки индекса потребительской лояльности
- сформировать знания о технологиях отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	1. _____ Индекс потребительской лояльности, CSI(Customer Satisfaction Index). 3. _____	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	1. _____ Оценка потребительских усилий 5. _____	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	*1. _____ Отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта.*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом

Текст лекции.

NPS или индекс потребительской лояльности показывает, насколько клиенты довольны услугами компании. Чем индекс выше, тем больше повторных покупок и обращений по рекомендациям. Если показатель опустился ниже нуля, то дела плохи. От таких компаний клиенты уходят, а ещё пишут негативные отзывы.

Метрику придумали в 2003 году, с тех пор её используют миллионы компаний: от корпораций до городских кофеен. Этот метод анализа легко адаптируется к любым бизнесам, при этом не нужны специальные навыки.

Разберёмся, что такое NPS и как благодаря ему бизнесы становятся привлекательнее для клиентов.

Что такое NPS (индекс потребительской лояльности)

NPS, Net Promoter Score (англ. — индекс потребительской лояльности) это показатель приверженности потребителей товару или компании. Замеры построены на вопросе, рекомендует ли клиент компанию своим друзьям, с оценкой от 0 до 10 баллов. Метрику используют, чтобы оценить готовность покупателя к повторным покупкам.

Метрика показывает лояльность покупателей, значит, напрямую влияет на прибыль. Аналитики американской IT-компании RJMetrics называют такие цифры:

- наиболее лояльные 10 % клиентов тратят втрое больше, чем остальные 90 %;
- 1 % наиболее преданных клиентов тратит в пять раз больше остальных 99 %;
- систематическая нелояльность клиентов замедляет рост компании на 25 %.

Грубо говоря, задача бизнеса — сделать так, чтобы лояльных клиентов было больше, а нелояльных меньше.

Зачем нужен NPS

Есть три веские причины начать измерять индекс потребительской лояльности прямо сейчас.

1. Замер помогает понять, что надо сделать для улучшения бизнеса. Идеальных компаний не бывает, поэтому опрос наверняка раскроет недостатки в работе. Исправление недочётов станет одной из задач компании до следующего измерения лояльности.

Станислав Покрышкин

После оценки NPS у бизнеса появляется конкретный план действий по отработке негатива. Покупатели жалуются на хамство со стороны доставки? Значит, с подрядчиком нужно переговорить или найти ему замену.

Работа над ошибками поможет вернуть клиентов и даже сделать их наиболее преданными защитниками вашего бизнеса. Людей подкупает, когда к ним прислушиваются и вводят реальные изменения.

Грубо говоря, на рынке остаются компании, которые обслуживают клиента лучше конкурентов. Каждое маленькое исправление в бизнес-процессах делает компанию боеспособнее, и покупатели поддерживают её рублём.

В дополнение сошлёмся на мнение экономиста Дмитрия Потапенко: «Новый бизнес возникает там, где другие плохо работают. С этим в России проблем нет, потому что работаем мы очень плохо.<...> Обслужите клиента лучше, чем конкуренты. Дайте ему то, чего недодают конкуренты. Всё просто и не нужно ничего выдумывать».

2. Измерение помогает малому и среднему бизнесу удержаться на рынке. С федеральными игроками не получится конкурировать по цене, следовательно, нужно инвестировать в повторные сделки, лояльность, управлять клиентским опытом.

Малый и средний бизнес более гибок, а изменения даются легче, чем крупным бизнесам. Это — преимущество, которым надо пользоваться. Найти верный курс изменений поможет NPS.

3. Метрика прекрасно проявляет себя в России. По признанию авторов методики, в России индекс традиционно выше, чем в Европе. У нас потребитель не избалован сервисом, поэтому позитивно реагирует на стремление бизнеса стать лучше. Если человек имел негативный опыт, он с большей вероятностью пойдёт навстречу бизнесу, который хочет исправиться.

Определение NPS

В основе индекса потребительской лояльности лежит один вопрос:

Какова вероятность, что вы порекомендуете нашу компанию или продукт своим друзьям/близким/коллегам/партнёрам?

Оценка проходит по 10-балльной шкале, где 0 — это «Ни в коем случае не буду рекомендовать», а 10 — «Обязательно рекомендую». После любого ответа нужно уточнить, что стало причиной такого вывода.

В зависимости от оценки респонденты распределяются по трём категориям: Оценка Наименование Характерная модель поведения

Подробнее разберём каждую группу клиентов.

Оценка 9-10: Промоутеры

Им нравятся продукты и услуги компании. Это образцовые довольные покупатели, которые рекомендуют продукты и услуги компании другим потенциальным покупателям. Промоутеров тоже необходимо поощрять. Одним достаточно слов благодарности, другим можно предложить сезонные скидки.

Оценка 7-8: Нейтралы

Нейтралы находятся в подвешенном состоянии. Достаточно скидки или акции от конкурентов, чтобы они перешли к ним. Скорее всего, нейтралы не будут писать негативных отзывов, но и энтузиазма для продвижения компании среди своих знакомых у них тоже нет.

С нейтралами нужно работать крайне осторожно. В идеале — узнать, что именно смущает в компании, а что нравится. Позже можно предоставить эксклюзивное обслуживание или скидки. Главное слово — «эксклюзивное». Нейтрал, который чувствует себя значимым, превращается в промоутера.

Оценка 0-6: Критики

Не в восторге от продукта или услуги, вряд ли будут обращаться ещё. На деле критики — наиболее отзывчивая аудитория, в этом уверены авторы настольной книги клиентского сервиса «Жалоба — это подарок».

Если человек хочет просто уйти и забыть негативный опыт, он не будет говорить с представителем компании. Но если он соглашается на интервью и делится соображениями, значит, ожидает извинений или изменений. Остаётся узнать причины недовольства и по возможности решить их. Из критиков получаются самые преданные промоутеры.

Формула расчета NPS

Чтобы рассчитать индекс потребительской лояльности, используют формулу:

NPS = % промоутеров – % критиков

Допустим, юридическая фирма опросила 230 клиентов, получив такую разбивку:

- Промоутеры — 70 (30,4 %).
- Нейтралы — 130 (56,5 %).
- Критики — 30 (13 %).

Проводим расчёт:

NPS = 30,4 % – 13 % критиков = 17,4 %

Результат говорит, что фирме стоит провести разбор полётов. В нынешнем виде большинство клиентов могут уйти к конкурентам.

Здесь нужно пояснить: автор методики не давал чётких указаний, как толковать результаты исследования. Чем показатель выше, тем лучше. Для примера, у Apple один из рекордных NPS в мире — 90,5 %. К этому и нужно стремиться.

При этом среди маркетологов принято считать: показатель на уровне от 50-60 % говорит об объективном здоровье бизнеса, меньше 30 % — что-то идёт не так, меньше 5 — бизнес теряет клиентов.

Когда использовать NPS

По-хорошему показатель актуализируют каждый год. При этом частота опросов зависит от бизнес-модели. Например, ритейлеры рассылают вопросы по sms сразу после оплаты. Медлить нельзя — чем позже проведён опрос, тем меньше будет ответивших.

Важно: опрашиваются все клиенты, иначе данным верить нельзя. Авторы методики приводят такой антипример: крупные компании собирают обратную связь только от владельцев карт лояльности. В этом случае NPS завышен, ведь из фокуса пропадает большинство критиков.

Станислав Покрышкин

Обратную связь нужно собирать сразу после получения клиентского опыта. Другой вопрос — как часто опрашивать одного и того же клиента. Здесь лучше ориентироваться на жизненный цикл клиента.

Допустим, человек снял квартиру на несколько дней. Его достаточно спросить один раз. Другое дело — покупатели квартир в ЖК. После покупки лучше спросить о сервисе, работе менеджеров и первых впечатлениях от дома. Спустя год можно повторно поинтересоваться качеством строительства.

Как рассчитать NPS в B2B

В B2B лучше проводить очное интервью. В этом случае понятно, кто даёт обратную связь: собственник, руководитель или рядовой сотрудник. Чем выше ранг собеседника, тем лучше.

Три правила NPS в B2B

1. Проводить опрос не более 10 мин. Клиенту нравится, когда его время экономят.
2. Спрашивать только про NPS. Если вопросы лояльности затеряются между десятком других, клиент будет фокусироваться не на них.
3. Избегать вопросов на «да/нет» в детальной части опроса. Если промоутеры и критики охотно дают развёрнутые ответы, то нейтралов разговорить сложнее. Получить от них хоть какие-то детали помогут открытые вопросы в духе «Почему…», «Кому именно вы порекомендуете» и т.д. Важно при этом не подсказывать клиенту варианты ответов.

Плюсы NPS

Разберём основные преимущества метода.

Простота и удобство

Метрика интуитивно понятна, не требует специальных знаний, а полученные результаты интерпретируются однозначно. Если индекс пошёл на спад, это всегда означает, что в компании нужно что-то менять.

Низкая стоимость исследования

Чтобы измерить NPS, не требуется больших затрат. Большинство сервисов email-рассылок предлагает встроенные формы для анкетирования, а в B2B-сегменте менеджер обзванивает клиентов, что не выбивается из бюджета. Если требуется провести массовое анкетирование клиентов, можно создать опросник на базе Яндекса и Гугл.Форм. Однако выгрузить ответы и анализировать их придётся самостоятельно. Для среднего бизнеса подойдут специализированные сервисы вроде «Тестографа» и аналогов. В них встроена автоматическая отчётность.

Адаптивная метрика

Если использовать опрос NPS для оценки отдельных структур компании, можно получить сравнительную характеристику работы. Например, ритейлеры просят клиентов

отдельно оценить удовлетворённость работой магазинов и службы доставки. Сравнивая эти показатели, бизнесы корректируют работы отстающего отдела.

Быстрое получение результатов

Собрать общие результаты опросов реально даже в Excel. При этом негативная обратная связь не требует обработки — и так понятно что «чинить».

Минусы NPS

У метрики нет внутренних противоречий. Трудности могут возникнуть только при сборе данных.

Станислав Покрышкин

Я не знаю минусов NPS. Разве могут быть минусы у инструмента, дающего информацию для улучшения компании?

Вероятно, индекс лояльности не интересен бизнесу, который заведомо предлагает плохой сервис и продукт. Иными словами, однодневкам. Но это не проблема NPS как инструмента.

Нестабильность показателей

Главная ошибка в применении NPS — небрежная выборка опрашиваемых. Некоторые компании анкетируют только лояльных клиентов, ведь они дают более глубокие и ценные комментарии. Однако истинное положение дел в сравнении с конкурентами даёт только опрос по широкой базе.

Проблемы при сборе данных

Есть несколько промахов, которые неосознанно допускают компании при опросе. Вот как можно их избежать:

- Не вносить в анкету вариант «не знаю» — он завышает конечный результат. Клиент как бы снимает с себя ответственность за ответ, ведь проще поставить оценку повыше и отметить «не знаю». Иначе придётся отмечать негативные стороны.
- Строго избегать вопроса «Если бы друг спросил вас, рекомендовали бы вы ему нашу компанию?». Это увеличивает положительные оценки в три раза.
- Не раскрашивать шкалу для оценки. Раскрашенная шкала тоже завышает результат измерений. Например, если восьмёрка будет серой, а девятка — зелёной, потребители чаще поставят зелёные девятки.

Как улучшить показатели NPS

Исправлять системные недочёты

Глобальная стратегия одна — искать причины недовольства критиков и устранять их. Это потребует изменений бизнес-процессов, повышения качества сервиса и работы над коммуникациями. Если игнорировать негативные отзывы в сторону компании, со временем клиентов может не остаться.

Автор книг о маркетинге Игорь Манн рекомендует смотреть на клиентскую базу как на ведро. Его конструкция не идеальна, ведь есть дыры, через которые утекают клиенты. Дыры — недостатки, которые озвучивают критики. Бреши, конечно, можно проигнорировать и вложиться в маркетинг, чтобы приходило больше, чем утекало. Но такой подход ставит бизнес в уязвимое положение. Эффективнее залатывать дыры.

Индекс NPS помогает классифицировать своих покупателей по лояльности. А сервис Контур.Компас помогает выяснять, какие признаки объединяют лояльных клиентов, нейтралов и критиков. Изучайте ваших клиентов по их финансовым показателям, документам, которые у них есть, вакансиям, которые они размещают. Анализируйте и находите путь к сердцу недовольных покупателей.

Наладить отношения с критиками

Расстроенный клиент не значит потерянный, особенно, если он поделился обратной связью. В книге «Жалоба как подарок» объясняют это так: больше половины критиков вернутся, если бизнес проработает их жалобы. Повторимся: людям нужны либо извинения, либо изменения.

Наверняка вы периодически получаете рассылки со специальными предложениями компаний, к которым раньше обращались. Просто они считают вас критиком и стараются вернуть.

- NPS или индекс потребительской лояльности применяют для оценки благосклонности покупателя к бизнесу.
- Индекс измеряют через вопрос «Какова вероятность, что вы порекомендуете нашу компанию или продукт своим друзьям/близким/коллегам/партнёрам?» В зависимости от ответа клиенты делятся на группы: промоутеры, нейтралы и критики.
- NPS = % промоутеров − % критиков. Чем выше индекс, тем лучше.
- Задача бизнеса — увеличивать показатель NPS. В этом поможет обратная связь, полученная в ходе анкетирования.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Метриках, сервис-дизайна:NPS(Net Promoter Score).
2. Индекс потребительской лояльности, CSI(Customer Satisfaction Index).
3. Уровень удовлетворенности клиентов, CES(Customer Effort Score).
4. Оценка потребительских усилий, которая показывает, eNPS(Employee Net Promoter Score).
5. Уровень лояльности персонала.
6. Отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта.
7. Расставление в CJM метрики входа, обратной связи, удержания и развития.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ / Тема 2.2 Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише- Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы успешной разработки новых сервисов и подходов.
- изучить показатели эффективности руководства пользователя при покупке или клике.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	1. _____ Разработка новых сервисов и подходов. 2. _____	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Дизайн, тексты и интерактивные элементы интерфейсов, как удерживать внимание.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Руководство пользователя при покупке или клике.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише

Текст лекции.

Адекватная бизнес-модель обеспечивает компании конкурентоспособность. Под бизнес-моделью будем понимать структурные, операционные и финансовые механизмы работы коммерческой организации, её продукты и услуги. Чтобы быть конкурентоспособной, бизнес-модель должна быть внутренне непротиворечивой и согласованной с потребностями партнеров (поставщиков и потребителей).

Согласно подходу теории ограничений, в основе бизнес-модели организации лежат исходные посылки и установки, которыми пользуется персонал бизнеса и прежде всего – его руководство. Неудачная бизнес-модель – это прежде всего следствие противоречий в результате ограничивающих убеждений, лежащие в ее основе. Изменить бизнес-модель – значит, определить ограничивающие убеждения существующей модели и преодолеть их за счет изменения понимания персонала и изменения соответствующих механизмов бизнес-модели.

Изменение бизнес-модели

Работа проводится совместно консультантами и сотрудниками компании в ходе трансформационной сессии. В результате такой работы, у компании имеется не только осознание ограничивающих убеждений бизнес-модели, но и план преобразо Элементы бизнес-модели и связь их со стратегией

В системе управления любой компании можно выделить шесть блоков:

- *стратегия;*
- *структура;*
- *процессы;*
- *информационные технологии;*
- *мотивация;*
- *персонал и корпоративная культура.*

Бизнес-модель представляет собой все элементы системы управления, кроме стратегии, то есть всю внутреннюю среду компании, подконтрольную менеджменту и управляемую им. Если стратегия компании ошибочна, то никакая бизнес-модель ей не поможет, какой бы сбалансированной и эффективной она ни была. Если стратегия компании жизнеспособна, то ее успешность зависит от того, смог ли менеджмент изменить бизнес-модель под новые стратегические задачи.

В системе управления любой компании можно выделить шесть блоков — стратегия, структура, процессы, информационные технологии (ИТ), мотивация, персонал и корпоративная культура[1]. В этой главе речь пойдет об изменении бизнес-модели. Под термином «бизнес-модель» будут иметься в виду все элементы системы управления, кроме стратегии. Бизнес-модель, таким образом, — это внутренняя среда компании, которая должна трансформироваться под воздействием внешних факторов и в силу изменения стратегии компании. Элементы бизнес-модели целиком находятся под управлением менеджмента, в то время как стратегия зависит от тенденций во внешней среде. На диаграмме «Элементы системы управления» показана принципиальная взаимосвязь шести элементов.

В различных исследованиях проблемы большинства компаний видятся не в разработке путей развития — в конечном счете количество стратегических вариантов, которые есть у компании (при условии, что она не избирает путь диверсификации, а остается в той же отрасли), ограничивается 3–5. Проблемы заключаются во внедрении стратегии: разрабатывается и обсуждается она долго, привлекаются внешние эксперты и консультанты, а в результате она кладется на полку и через какое-то время про нее забывают. Реализовать стратегию сложнее, чем ее разработать, хотя бы потому, что в разработке участвуют единицы (иногда десятки), а в реализации — сотни и тысячи людей, разработка занимает месяцы, а внедрение — годы.

Основная причина, по которой стратегия не внедряется, состоит в отсутствии последовательных и системных изменений в бизнес-модели — структуре, процессах, ИТ, мотивации и корпоративной культуре. В этом разделе мы покажем, как необходимо изменять бизнес-модель, какие инструменты доступны менеджменту, какие плюсы и минусы есть у каждого инструмента и каковы основные ошибки в трансформации бизнес-модели. Эффективность этого процесса целиком определяет успешность в реализации стратегии.

Диаграмма. Элементы системы управления

1. Стратегия

Стратегия является исходным пунктом всей системы управления и представляет собой ответ на вопрос, какой хочет видеть себя компания в долгосрочной/среднесрочной перспективе. В том числе нужно ответить на такие вопросы:

- какие бизнесы открывать, какие закрывать;
- как расти — органически, через слияния и поглощения;
- в каких регионах развиваться;
- какие новые продукты разрабатывать;
- через какие каналы, каким клиентам продавать.

Процесс разработки стратегии достаточно подробно описан в литературе по менеджменту. При описании подходов к трансформации бизнес-модели мы будем исходить из того, что стратегия компании определена. Если ее стратегия ошибочна, то никакая бизнес-модель не поможет, какой бы гибкой, сбалансированной и эффективной она ни была. Если же стратегия правильная, то ее успешность зависит от того, смог ли менеджмент изменить бизнес-модель, внедрив изменения и перенастроив ее элементы, чтобы реализовать эту стратегию.

2. Структура

Структура представляет собой «квадратики», отражающие функции, полномочия и подотчетность подразделений. Речь идет не только о функциональных подразделениях (отделы, управления, дирекции), но и о коллегиальных (комитеты, комиссии, собрания) и проектных единицах (рабочие группы, проектные офисы). Они также являются важной составляющей организационной структуры.

Структура следует за стратегией. Например, целевой бизнес-портфель активов, их идентичность или разнородность во многом определит задачи и структуру корпоративного центра (от компактной модели фонда прямых инвестиций до полнофункциональной управляющей компании в горизонтально интегрированных группах). Целевые продукты, регионы и клиенты определят структуру коммерческой дирекции. Характеристика продуктов и размер транспортного плеча повлияют на структуру производства.

3. Процессы

Процессы выступают горизонтальным срезом структуры и включают в себя информационные и материальные потоки между подразделениями. Процессы дополняют структуру, обеспечивают ее полноту и завершенность, так как нельзя спроектировать структуру без процессного среза и определения механизмов взаимодействия подразделений.

4. Информационные технологии

Информационные технологии отвечают за автоматизируемые операции процесса. Они строятся на основе требований процессов к автоматизации, которые затем оформляются в ИТ-архитектуру компании (какие системы, для каких целей, какими подразделениями используются).

5. Вознаграждение, и мотивация

В этот блок входят целевые показатели, которых должны достичь руководители и сотрудники структурных подразделений, оценка результатов и система мотивации. Здесь речь идет о денежной мотивации — размере бонусов, премий, привязанных к достижению целевых показателей. Немонетарная мотивация (например, политика признания, обучения, развития персонала) для целей понимания механизмов трансформации отнесена к блоку корпоративной культуры.

6. Персонал и корпоративная культура

Персонал и корпоративная культура — наименее осязаемый элемент системы управления. К нему относятся ценности и убеждения сотрудников, их лояльность и готовность поддержать компанию в трудные периоды, а также мероприятия, которые проводятся в компании, чтобы эту систему ценностей сформировать и поддерживать. Изменение этого элемента — очень длительный, сложный и слабо формализируемый процесс. Единственным способом быстрого изменения корпоративной культуры является смена ее носителей, то есть увольнение одних и прием на их место других сотрудников с новой системой ценностей и убеждений.

Последовательность трансформации

При проведении трансформации важна последовательность проводимых изменений. После разработки стратегии необходимо провести изменения в организационной структуре. После определения структуры и полномочий подразделений следует спроектировать целевые процессы, определить информационные и материальные потоки между подразделениями. Потом определить новые требования к информационным системам и спроектировать целевую ИТ-архитектуру. После закрепления полномочий и ответственности сотрудников в организационной структуре следует пересмотреть систему мотивации, чтобы она способствовала реализации стратегии, а также соответствовала новым полномочиям и ответственности структурных подразделений. И, наконец, подобрать команду, сформировать систему ценностей и взаимоотношений в организации. Последнее можно запускать сразу, в начале трансформации, или когда изменения начнут «буксовать», а корпоративная культура — их сдерживать.

МОДЕЛЬ 5 STAR RAY J. GALBRAITH

В модели 5 Star Ray J. Galbnaith система управления делится на пять элементов: стратегию, структуру, процессы, вознаграждение, персонал.

«Стратегия» определяет цели и направления развития компании. «Структура» представляет собой распределение полномочий и ответственности. «Процессы» являются информационными потоками между подразделениями. «Вознаграждение» относится к показателям и мотивации сотрудников. «Персонал» — это все, что касается процессов управления человеческими ресурсами (наем, развитие, обучение и т.д.).

МОДЕЛЬ 7S MCKINSEY

Согласно модели 7S McKinsey выделяются следующие семь элементов системы управления — стратегия (strategy), структура (structure), системы (systems), совместные ценности (shared values), навыки (skills), сотрудники (staff) и стиль управления (style). Все элементы находятся в тесной взаимосвязи — изменение одного должно сопровождаться изменением остальных.

«Стратегия» является планом развития компании, разработанным на основе анализа внешних и внутренних факторов. «Структура» — это организационная иерархия компании: кто кому подчиняется и как группируются подразделения. «Системы» представляют собой ежедневные операции и процессы, выполняемые сотрудниками. «Стратегия», «Структура» и «Системы» относятся к «твердым» элементам (hard elements) — они легко определяемы и менеджмент может непосредственно на них влиять.

«Совместные ценности» представляют собой корпоративную культуру, отношение сотрудников к работе, компании и коллегам. «Навыки» — это компетенции компании и персонала, его знания, опыт, умения. К «Сотрудникам» относятся люди, работающие в компании, их потенциал и мотивация. «Стиль» — это принципы руководства: как руководитель ставит задачи, контролирует их выполнение и дает оценку сделанного каждым подчиненным. «Совместные ценности», «Навыки», «Сотрудники», «Стиль» являются «мягкими» элементами (soft elements) — их сложнее квалифицировать и изменить.

м«Совместные ценности» находятся в центре модели, подчеркивая тем самым, что они являются наиболее важным элементом системы управления.

Трансформация элементов бизнес-модели

Одну и ту же проблему можно решить, изменив один или несколько элементов бизнес-модели. Чтобы изменение действительно закрепилось надолго, необходимо изменить максимальное количество элементов одновременно, «взаимоувязав» их для выполнения новых стратегических задач.

Любое серьезное изменение в стратегии компании должно сопровождаться трансформацией бизнес-модели — перестройкой структуры, процессов, ИТ, мотивации и корпоративной культуры. Одну и ту же проблему можно решить, изменив один или несколько элементов бизнес-модели. Покажем это на примере.

Пример:

Представим следующую ситуацию: финансовый директор группы является авторитарным руководителем и имеет большое влияние на генерального директора. Финансовая служба достаточно многочисленна и акцентируется в основном на контроле деятельности бизнес-единиц и функциональных служб корпоративного центра. Сервисный элемент, функционал центра компетенций (методологическая поддержка бизнес-единиц, организация обмена опытом, проекты по совершенствованию финансовых подразделений бизнес-единиц) практически не развиты. Предположим, в группе меняется генеральный директор, который осознает проблемы изоляции финансовой дирекции, ее излишнюю «заточенность» на контрольных процедурах и бессистемность запросов информации в бизнес-единицы. Проблему можно решить разными способами.

Решением проблемы путем изменения структуры будет, например, разукрупнение финансовой службы — оставить небольшую часть в корпоративном центре и перевести большинство сотрудников в бизнес-единицы. Часть, оставшаяся в корпоративном центре, сосредотачивается на минимальном функционале, связанном с планированием на месяц, привлечением и перераспределением финансирования. Или же генеральный директор может принять решение о разделении сервисной и контрольной функций под разными руководителями.

Решением проблемы через регламентацию процессов будет разработка документооборота между финансовой службой и другими подразделениями корпоративного центра и бизнес-единиц — четкая фиксация количества и срока предоставления документов. Регламентация позволит понизить «произвол» финансистов и сведет к минимуму несистемные запросы.

Решением проблемы путем автоматизации будет внедрение информационной системы, при которой вся информация вводится бизнес-единицами на местах, а финансовая служба анализирует заведенные данные в информационной системе.

Мотивационным решением может стать изменение процедуры оценки и вознаграждения сотрудников финансовой службы. Основным показателем в бонусных картах могут стать отзывы бизнес-единиц: получали ли они помощь от финансовой службы, улучшилась ли их деятельность благодаря проектам, запущенным этой службой.

Наконец, решением проблемы может стать полное изменение сознания и корпоративной культуры сотрудников финансовой службы, инвестирование в их обучение и развитие, а также возможное увольнение тех, кто не сможет перестроиться.

Для разных типов проблем должны использоваться разные инструменты изменения бизнес-модели. Изменение организационной структуры и перераспределение полномочий между подразделениями необходимо, когда есть фундаментальные противоречия в системе управления — неочевидность вклада уровней управления в создание стоимости, дублирование функций, конфликты специализаций, доминирование одних видов деятельности (продуктов/компетенций) над другими. Регламентация является более точечной настройкой — когда нет фундаментальных противоречий в структуре, но существует непрозрачность правил взаимодействия (кто, когда, кому, какую информацию должен предоставлять).

Автоматизация является инструментом снижения трудоемкости процесса, а также повышения его скорости и качества, но только после того, как каждая операция и каждый участник бизнес-процесса прошли тест на необходимость и достаточность (когда

спроектированы целевая структура и целевые бизнес-процессы). Мотивация применяется, когда нужно скорректировать поведение сотрудников, направить их на достижение новых целей и задач. Поскольку под мотивацией здесь имеется в виду денежная составляющая, речь идет об изменении поведения, а не сознания. Последнее относится к области корпоративной культуры и не может быть изменено одномоментно .

Что касается увольнения сотрудников, то это крайняя мера. Применяется она в том случае, когда конкретные топ-менеджеры не соответствуют требованиям, предъявляемым новой структурой и целевыми процессами. Изменение корпоративной культуры не относится к тому, что можно поменять преднамеренно, иначе как через увольнение ее носителей. Она изменится сама, в процессе преобразования стиля и методов управления генерального директора.

Элементы бизнес-модели тесно взаимосвязаны. Поэтому и изменение одного должно сопровождаться перенастройкой остальных, и чтобы оно закрепилось надолго, необходимо изменить максимальное число элементов одновременно, «взаимоувязав» их для выполнения новых стратегических задач.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Разработка новых сервисов и подходов.
2. Изменение бизнес-модели.
3. Новые фишки для клиентов.
4. Дизайн, тексты и интерактивные элементы интерфейсов, как удерживать внимание.
5. Привычки пользователей, влияние на их поведение.
6. Этикой сервисного проектировщика.
7. Руководство пользователя при покупке или клике.
   Теория Jobs To Be Done.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА /Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о создании базового вовлекающего сценария
- изучить механику вовлечения аудитории и то, как её измерять.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Создание базового вовлекающего сценария	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Механики вовлечения аудитории и то, как её измерять.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
3.	Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

Текст лекции.

1. Ценность продукта для клиента

Какова ценность продукта для клиента? Обладающий этим качеством продукт востребован потребителем. Он хорошо продается. Любая услуга или товар продается, создавая ценность для клиента. Клиент должен понять, что продукт стоит больше, чем цена.

Что такое ценность?

Каждый человек в повседневной жизни нуждается в массе вещей. Это продукты питания, одежда, обувь, предметы быта. Эти потребности удовлетворяются за счет различных товаров. Покупателем движут две стихии: выгода и ценность. Другими словами, каждый стремиться найти нужный товар или услугу и получить их подешевле. Так формируется соотношение спроса и предложения. Ценность продукта или услуги – это оценка потребителем предложенного товара. Ценность – категория относительная. Она зависит от многих показателей:

- насколько сможет товар или услуга удовлетворить потребности;
- от наличия товаров у конкурентов;
- от возможности заменить один товар другим.

Ценность товара можно выразить формулой: Цт=П-З, где П – это преимущества товара, а З – затраты. К преимуществам товара относятся: качество, функциональность, надежность и другие характеристики. Затраты – это стоимость, время, риск. Вывод прост: чем больше преимуществ и меньше затрат, тем выше ценность.

Зачем фокусироваться на создании ценности для клиента

Ценность продукта интересует владельца бизнеса, и она приносит прибыль предприятию. У компаний, которые ориентированы на клиента, доход выше. Интересы продавцов к ценности держатся на трех китах.

1. Создание продуктов, удовлетворяющих потребности потребителей. Люди покупают не товары, а решение проблем. Абстрактный товар не имеет никакой ценности. Чтобы она появилась, товар должен удовлетворить потребность. Только понимая, чего реально хочет потребитель, можно создать продукт, который при минимальных затратах будет обладать высшей ценностью.

2. Лояльность клиентов. Если человек доволен приобретенным товаром, он хорошо отзывается о производителе. Лояльность клиента способствует ненавязчивой рекламе. Покупатель просто рассказывает своим друзьям и знакомым о хорошем товаре или услуге. Вслед за ним приходят другие клиенты. Расширяется круг потребителей компании, а одновременно с ним растут доходы.

3. Конкуренция. Чем лучше развита рыночная экономика, тем выше конкуренция. Это естественная борьба за выживание. На ее фоне производители стремятся улучшать свои товары и снижать цены.

Как создать ценность для клиента

Одна из основных причин провала любого бизнеса – это неспособность создавать ценные для клиента продукты. Концепция ценности имеет три компонента, но истинную ценность способен определить только клиент. Компонентами ценности являются:

1. Полезность. Любой товар должен приносить пользу. Это означает, что товар или услуга повысят производительность активов или устранят ограничения. Клиента не волнует снег, которые лежит около его дома, но ему важна дорога, которая к нему ведет. Когда эта дорога очищена от снега, человек без проблем добирается до дома. Сокращается время пути, снижается эмоциональная нагрузка. В этом и заключается ценность услуг снегоуборочной компании;

2. Гарантия. Этот компонент говорит о пригодности продукта к использованию. В рамках примера с уборкой снега, клиент должен быть уверен, что, позвонив по телефону, он сможет заказать снегоуборщик. Снегоуборщик приедет точно в назначенное время. Снег будет убран. Если хоть по одному из пунктов будут нарушения, ценность услуги падает;

3. Барьеры восприятия. Из множества аналогичных товаров покупатель выбирает один. Продавцу важно понять, почему это происходит. Поняв, на что ориентировался покупатель в выборе, продавец сможет воздействовать на его восприятие.

Восприятие – сложный процесс. Каждый человек воспринимает предметы по-своему. К критериям восприятия относятся:

- надежность;
- цена;
- функциональность;
- комфортность.

Это далеко не весь список критериев, на которые ориентируется покупатель при выборе товара. Ценность товара может меняться в зависимости от ситуации. Например, здоровый человек постоянно ходит пешком. Он даже не задумывается о другом способе перемещения. Но случилось ему заболеть, идти пешком ему становится трудно. Он сразу вспоминает про общественный транспорт и готов платить за него. Если тот же человек сломал ногу, то он готов перемещаться на такси. А если время играет против его здоровья, то он готов заплатить за скорость доставки в два-три раза больше обычной цены. Искусство продаж – это вечный поиск ценностей клиента. С другой стороны, продажи – это убеждение клиента в ценности товара или услуги.

Как увеличить ценность продукта для клиента

Потребитель выбирает тот товар, который, по его мнению, обладает для него большей ценностью. Поэтому эту теорию называют концепцией восприятия цены. Увеличение воспринимаемой ценности товара зависит от многих причин. Иногда сам продавец мешает покупателю купить товар:

- долго не поднимает трубку телефона, номер которого оставлен для связи с клиентами;
- в магазине создаются большие очереди;
- консультанты недостаточно компетентны.

Повысить вероятность покупки поможет анализ факторов, отталкивающих от торговой точки. Анализировать нужно не только работу компании, но и весь путь товара от производителя до покупателя. Большое значение играет реклама. Цепляющие тексты и заголовки активно привлекают клиентов. Но средства массовой коммуникации следует подвергать постоянному тестированию, выявляя те, кликабельность которых выше.

На повышение ценности услуги для клиента работают хорошие отзывы. Собирать их нужно постоянно. Негативных оценок избежать не получится. С ними нужно работать. Хорошо, если на сайте компании есть обратная связь. В ней следует благодарить покупателей за

положительные отзывы и обоснованно отвечать на негативные. Такая работа способствует установлению доверительных отношений между покупателем и продавцом.

Дайте клиенту больше, чем он ожидает, и продажи увеличатся. Этим правилом уже пользуются многие компании, предлагая бонусы и скидки на дальнейшие покупки. Этот прием действует только в сочетании с остальными. Если клиента плохо обслужили или он получил товар ненадлежащего качества, никакие бонусы не вернут его обратно.

Как увеличить воспринимаемую ценность с помощью маркетинговых приемов

Клиенту важна не цена сама по себе, а ценность, которую он получает за указанную цену. Разница между ценностью и ценой – это выгода. Постоянно снижать цену товара производитель не может. Тогда в силу вступает метод от обратного – повышают ценность. Для увеличения ценности товара существует много способов. Вот некоторые из них.

Преимущества

Покупатель выбирает товар, опираясь на свои представления о его преимуществах. Важно понять, какое качество является преимуществом и максимально его усилить. Преимуществом бытовых товаров часто бывает дизайн. Между двумя одинаковыми электрическими чайниками клиент выберет тот, который, по его мнению, красивее.

Эмоции

Эмоциональная составляющая – важная часть жизни человека. Увеличение ценности товара зависит от его эмоционального восприятия. Пример воздействия на эмоции: в рекламе детского питания звучит фраза о том, что оно не содержит пальмовое масло. Но ни одно детское питание его не содержит. Просто этот производитель грамотно воздействовал на эмоции. Найти способ воздействия на эмоции помогут размышления о том, при каких обстоятельствах совершается покупка.

Цена

Здесь играет роль привычка. Люди привыкли, что высокая цена гарантирует высокое качество. Есть классический пример того, как в одном ювелирном магазине не продавалась коллекция украшений с бирюзой. Хозяйка позвонила продавцу и приказала снизить цену вдвое. Продавец не расслышал и вместо понижения цены увеличила ее в два раза. Коллекция ушла за два дня. Но, играя на цене, следует помнить о целевой аудитории, ее предпочтениях и платежеспособности. Этот способ не поможет реализовать товар, если компания торгует масс-маркетом, а ее постоянные клиенты – люди с низким уровнем дохода.

История

Люди любят сказки. Они воздействуют на эмоции. Воздействие на эмоции повышает ценность продуктов и услуг для клиента, а значит и цену. Хороший маркетолог учтет это фактор и придумает прекрасную историю. В некоторых компаниях создать имидж товару поможет связь с клиентами. Если есть возможность, достаточно собирать отзывы об использовании товара и услуги. Постепенно из них сложится увлекательная история.

Слухи

Цыганское радио – прекрасная помощь в создании имиджа товара. Иначе это называется партизанский маркетинг. Он заключается в том, что специально нанятые люди рассказывают, как бы, закрытую информацию о товаре или услуги. Слушатели передают ее своим друзьям и знакомым. К тому времени, когда товар появится на прилавках магазинов, публика настолько разогрета, что скупает его мигом. В другом варианте можно публично опровергнуть слухи. Например, Ричард Брэнсон публично заявил о том, что его напиток Virgin Colane обладает свойствами виагры – это только слухи. Надо ли говорить о том, что многие захотели убедиться в этом сами.

Дефицит

Если товара мало и его невозможно свободно купить, возникает дефицит. Ценность товара резко поднимается. Достаточно ограничить возможность приобретения товара, и его ценность возрастет. По такому принципу поднимается цена на сахар в период сезонной заготовки ягод и фруктов, а стоимость яиц перед Пасхой. Но ограничить приобретение можно и искусственно. Владелец хлебной лавки во Франции повесил объявление о том, что в одни

руки выдается только два багета. Он создал искусственный ажиотаж, но существенно поднял выручку.

Секреты

Люди любят секреты. Они интригуют, завораживают и снова вызывают эмоции. Секретный продукт становится уникальным в глазах клиента. Компания Кока-кола тщательно охраняет секретный состав напитка, хотя весь секрет лишь в том, что все натуральные компоненты там давно заменены их химическими аналогами. Но, придумав секретный ингредиент, который улучшает вкус, можно оставить конкурентов далеко позади.

Ценность в SPIN-продажах

Автор техники SPIN-продаж Нил Рэкхем. Суть технологии заключается в том, что продавец задает покупателю вопросы, отвечая на которые он убеждается в ценности товара. Для того, чтобы подвести клиента к осознанию своей выгоды, задаются четыре типа вопросов.

1. Ситуационные. Эти вопросы направлены на установление связи с клиентом и получения максимум информации о его делах. Задавать их следует только тогда, когда информацию нельзя получить другим путем.

2. Проблемные. Это выявление боли клиента. С помощью этих вопросов продавец должен быстро понять, что тревожит посетителя и найти максимально комфортное решение для того, чтобы закрыть его проблему. Автор технологии уверен, что нужно выявить минимум три проблемы, которые способен удовлетворить продукт.

3. Извлекающие. Это своеобразное накручивание покупателя. Вопросы следует задавать так, чтобы клиент осознал, что его ожидает, если проблема быстро не решится.

4. Направляющие. Это вопросы, которые повышают ценность продукта в глазах покупателя. Они строятся по принципу: «Это решило бы вашу проблему?». Направляющие вопросы подводят итог в продаже. Их нельзя задавать в начале беседы.

Беседа начинается с ситуационных вопросов. Они помогают установить взаимодействие. Далее выявляются потребности клиента. Потом обозначается серьезность проблемы с помощью извлекающих вопросов. И тут наступает время направляющей беседы. В конце продавец предлагает решение.

Цена и ценность

Цена товара – это количественное значение. Она устанавливается на основании ряда факторов и регулируется соотношением спроса и предложения. Цена определяет экономическую значимость товара на данный момент для конкретной категории лиц. Ценность – скорее психологический показатель, измерить, который возможно не всегда. Это происходит потому, что ценность услуги для клиента, так же, как и любого товара, определяется индивидуально.

В определении ценностей играют роль не только личные потребности, но и социальный статус, воспитание и даже текущий момент

2. Как определить и разработать ценность новых продуктов.

Как определить ценность новых продуктов.

На рынок слишком много выпускают новых продуктов. Многие из них не генерируют дополнительный проход, даже когда хорошо продаются. Клиенты просто покупают новые продукты вместо старых, но общий объем продаж не увеличивается.

Каждый день в мире запускается множество стартапов. Подавляющее большинство из них закрывается прежде, чем успеет хоть что-нибудь вывести на рынок. Лишь единицы действительно преуспевают.

Цель запуска новых продуктов и услуг – создание дополнительной ценности для клиентов и, тем самым, выгоды для компании! Поэтому должна существовать четкая причинно-следственная связь между новыми продуктами, использующими самые последние технологии, и дополнительной ценностью для пользователя. Это также верно для новых продуктов и услуг, которые не имеют ничего общего с новой технологией.

Я выделила три категории ценности, чтобы лучше понять, как обеспечить ценность для клиентов и пользователей:

1. Практическая потребность

2. Статус (поддержание и повышение статуса)

3. Удовольствие (получение удовольствия)

Ценность «удовольствия» особенно высока для конечных потребителей и охватывает большинство товаров народного потребления. Я уверен, что для получения дополнительного удовольствия должен присутствовать некий новый элемент. Но не каждый новый элемент способен привлечь спрос. Небольшие изменения товара чаще размывают и снижают ценность, чем доставляют удовольствие.

Организации, наоборот, покупают продукты в основном для удовлетворения практических потребностей! Существуют также товары народного потребления (например, холодильники), которые в основном предназначены для удовлетворения практических нужд, но также несут элемент «удовольствия». Новый дизайн холодильника может привлечь внимание, но решение о покупке в основном будет определяться его практической ценностью и необходимостью.

Главная ценность всех продуктов индустрии моды – статус, но, конечно, элемент удовольствия также присутствует.

Можем ли мы научиться определять заранее, что обеспечит успех новому продукту или услуге?

Принципы, создавая идеи и концепции новых продуктов:

1. Невозможно разработать сильный продукт, если ты ничего не знаешь о клиенте, пользователе, дистрибьюторе. При этом общение с клиентами, пользователями, дистрибьюторами – это не больно, это иногда и приятно (если правильно выстроить коммуникацию).

2. В основе концепции нового продукта находятся гипотезы, которые требуют подтверждения, для этого в первую очередь и нужны маркетинговые исследования. Т.е. проводя исследования, мы не собираем и так понятную информацию, а подтверждаем или опровергаем ранее сформированные гипотезы.

3. Шансы создания по-настоящему сильного продукта многократно увеличиваются, если к процессу разработки приглашаются клиенты, пользователи, дистрибьюторы, внешние эксперты, понимающие проблемы тех, для кого разрабатывается продукт, а также владеющие технологиями.

4. Говоря о проблемах клиентов, пользователей и дистрибьюторов важно понимать, что же такое проблема. В нашем понимании проблема – это дискомфорт, который испытывает человек при недоступных способах от него избавиться. Также важно принимать во внимание такое явление как боль. Боль – это проблема высшей степени актуальности, где клиент готов заплатить любые деньги за её решение. Поэтому успешный продукт должен решать проблемы, а суперпродукт – избавлять от болей.

5. Дизайн продукта – это не только то, как выглядят его интерфейсы. Дизайн -это в первую очередь то, как продукт функционирует и как он взаимодействует с пользователем, клиентом, дистрибьютором.

6. Продукт-менеджер и его команда не должны брезговать созданием прототипов, особенно если речь идёт о прототипах нулевого уровня. На этом этапе дизайнеры-визуализаторы не нужны.

7. Процесс разработки – это итерационный процесс, где, выполняя первую итерацию, психологически нужно быть готовым ко второй, третьей, четвертой и т.д.

8. В ходе одной из итераций продуктовая команда может прийти к выводу, что продукт “не взлетит”. И здесь нужно набраться мужества, чтобы отказаться от продукта.

9. Прежде чем продукт станет продуктом, он требует тестирования, начиная со стадии прототипа нулевого уровня, завершая тестированием первого образца. В принципе, тестирование происходит на всём протяжении жизненного цикла продукта, что необходимо для его постоянного совершенствования и поддержания актуальности.

10. Люди не любят и не читают инструкции, вернее читают, но тогда, когда уже что-то пошло ни так, т.е. тогда, когда они испытали отрицательные эмоции от пользования продуктом. Если во время тестирования пользователь не может самостоятельно разобраться с продуктом, продукт нуждается в доработке.

Вывод:

Многие бизнесмены стремятся создать новый уникальнейший продукт. Их вдохновляет то, что конкуренты не могут в этом случае с ними соперничать из-за отсутствия подобного товара.

Успешный выход новинок на рынок определяется множеством важных моментов. Каждый этап процесса разработки всех элементов продукта должен быть осуществлен путем комплексного подхода.

Это даст возможность новому продукту стать востребованным среди покупателей и будет приносить компании стабильный доход.

Понимание ценностей, которые компания предлагает клиенту, это основа успешной деятельности компании на рынке, залог осмысленности ее стратегии и гарантия сильной конкурентной позиции

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Необходимые действия чтобы клиенты хотели пользоваться сервисом.
2. Создадите базовый вовлекающий сценарий.
3. Изучите разные механики вовлечения аудитории и то, как её измерять.
4. Узнаете о популярном принципе MAYA, который помогает продавать новые продукты и привлекательно «упаковывать» старые.
5. Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА/Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о формах и методах обучения персонала
- изучить этапы, которые проходят пользователи перед покупкой и какие цели он преследует.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Работа с CJM	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Этапы, которые проходят пользователи перед покупкой и какие цели он преследует.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3	Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, их влияние на доверие и эмоции пользователей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента.

Текст лекции.

Чтобы пройти «путь клиента», нужно построить Customer Journey Map. Мы расскажем вам, что представляет собой этот инструмент, как его использовать и как составить.

Что такое Customer Journey Map

Customer Journey Map (в пер. с англ. «карта пути клиента») – это схема, отражающая весь путь взаимодействия клиента и бизнеса. Простыми словами, визуализация пути клиента, учитывающая его цели, интересы, мотивы и пр.

С помощью карты можно увидеть все точки касания клиента и бизнеса, понять мотивы покупателя, оценить трудности, которые он испытывает. Использование карты пути клиента понадобится для:

Анализа преимуществ и недостатков маркетинговой стратегии.

Улучшения понимания целевой аудитории.

Поиска способов увеличения конверсии.

Сокращения цикла продаж в воронке.

Улучшения качества обслуживания.

Устранения ненужных точек касания.

Обычно карта оформляется в виде таблицы, столбцы которой отображают шаги покупателя (т.е. этапы взаимодействия с бизнесом), а строки – детальную информацию о каждой стадии.

Как построить CJM

Построение CJM включает в себя несколько этапов:

1. Сбор информации о клиенте

В первую очередь, вы должны изучить свою целевую аудиторию и составить портрет клиента – его демографические характеристики, интересы, доход и так далее. Рекомендуется отталкиваться от реальных данных, например, из CRM-системы.

Разумеется, один и тот же продукт могут покупать совершенно разные клиенты. Поэтому вы можете пойти двумя путями:

Составить усредненный портрет клиента и формировать на его основе одну карту

Использовать множество портретов клиента и формировать на их основе соответствующее количество карт

Первый вариант менее точен, чем второй. Однако он требует меньше ресурсов, поэтому используется в большинстве компаний.

2. Поиск точек соприкосновения

Потенциальный клиент может получить информацию о вас разными способами. Каналы взаимодействия можно разделить на 2 группы:

Онлайн.

Офлайн.

В первую группу будут входить ваш сайт, мобильное приложение, электронная почта, социальные сети, реклама в интернете. Во вторую – личные встречи, посещение магазина или офиса, наружная реклама, реклама по ТВ или радио и пр.

Анализ точек соприкосновения стоит вести на основе реальных данных – например, из Яндекс.Метрики, SimilarWeb. Также можете устроить мозговой штурм, провести опрос среди целевой аудитории или заказать маркетинговое исследование.

3. Построение пути клиента

Теперь необходимо построить дальнейший маршрут клиента – из каких этапов он состоит, какие действия предпринимаются клиентом для перехода на следующий этап, какие эмоции он при этом испытывает и т.д. На данном этапе можно использовать обычные схематические зарисовки или же специальные инструменты визуализации (о них ниже).

Например, при посещении сайта интернет-магазина клиент:

Просматривает общий ассортимент товаров и ищет подходящие

Изучает карточки товаров.

Кладет товары в корзину.

Оформляет заказ.

Оплачивает покупку.

Из таких этапов и состоит примерный путь клиента интернет-магазина.

4. Определение критических точек и барьеров

Наконец, вы должны определить трудности, с которыми сталкиваются клиенты при переходе от одного этапа к другому. В нашем примере в их число может входить отсутствие фильтров при поиске товаров по каталогу, сложный процесс оплаты, отсутствие некоторых способов оплаты и так далее.

Инструменты для создания карты пути клиента

Карта пути клиента может быть создана в аналоговом или цифровом формате. На начальном этапе работы над картой проще всего использовать обычную доску и маркеры со стикерами. Однако для эффектной презентации CJM лучше воспользоваться графическими редакторами или специальными сервисами.

Среди самых популярных инструментов можно выделить:

Google Таблицы. Простой инструмент, с помощью которого вы можете в столбцах расписать этапы взаимодействия с бизнесом, а в строках – конкретные шаги, мысли, эмоции, которые предпринимает или испытывает клиент.

Adobe Photoshop. Популярный графический редактор, с помощью которого можно не только составить схему взаимодействия, но и украсить ее иллюстрациями. В качестве более простой альтернативы можно использовать Paint.

Touchpoint Dashboard. Специальный инструмент для создания карт пути клиента. Имеет встроенный макет.

CJM шаблон

Универсальная карта пути клиента может выглядеть следующим образом:

CJM

В верхней части CJM располагается портрет вашего клиента (1) и точки взаимодействия с бизнесом (2). Эти поля заполняются в первую очередь. После этого вы определяете этапы взаимодействия клиента и компании (3), а также прописываете конкретные действия клиента (4) на всех этапах. Также для каждого этапа вы прописываете мысли (5) клиента и визуализируете его эмоции (6). Наконец, вы определяете критические точки и барьеры (7), а также возможности (8) по их устранению.

В результате вы сможете наглядно проследить путь клиента от первого знакомства с вашей компанией до покупки продукта с учетом всех его действий, мыслей и эмоций на каждом этапе, а также выявить барьеры и способы их устранения.

Карта пути клиента, как и другие инструменты, должна использоваться регулярно. Если вы составите ее один раз – то сможете использовать не более 1-2 месяцев, после чего она утратит свою актуальность. Необходимо регулярно обновлять Customer Journey Map, вносить корректировки, определять новые каналы взаимодействия с клиентами.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Работа с CJM (Customer Journey Map ,карта пути клиента):
2. В каких точках аудитория соприкасается с продуктом.
3. Как взаимодействуют с вашей компанией разные сегменты аудитории.
4. Какие этапы проходит пользователь перед покупкой и какие цели он преследует.
5. Насколько удобно переходить с этапа на этап при взаимодействии с вашим продуктом.
6. Какие эмоции испытывает клиент на пути к своим целям.
7. С какими барьерами сталкиваются покупатели.
8. Построение карты пути клиента: Сбор информации о клиенте, Перечисление точек и каналов взаимодействия.
9. Определение барьеров и их устранение.
10. Слои пользовательского
11. Ошибки при составлении CJM привычек и wow-решений.
12. Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, влияет их на доверие и эмоции пользователей.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН / Тема 4.1 Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы построения баланса интересов пользователя и бизнеса.
- изучить методы построения карты пути сотрудников.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	1. _____ Баланс интересов пользователя и бизнеса. 2. _____	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Карты пути сотрудников.	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

Текст лекции.

Сегодня очень много говорят о важности клиентского опыта. Однако мало кто задумывается об опыте сотрудников. Клиентов принято считать движущей силой бизнеса. Но представьте, что будет, если сотрудники компании не выйдут на работу или начнут игнорировать часть обязанностей. Во многих случаях это станет катастрофой. Мы в Open Academy решили затронуть тему создания лучшего опыта для сотрудников и поговорим о таком инструменте, как Employee Journey Map.

Что такое Employee Journey Map

Employee Journey Map (EJM) переводится, как «карта путешествия сотрудника». Это инструмент, который графически представляет путь сотрудника — от момента приёма на работу до увольнения или на определённом отрезке пути. Карта сотрудника содержит информацию о важных моментах, «болевых» точках, проблемных местах, особенностях перехода от этапа к этапу.

Employee Journey Map — это визуализация опыта взаимодействия сотрудника с компанией. Основой для создания EJM становится жизненный цикл сотрудника, точки его взаимодействия с компанией, ключевые моменты в карьере, личные впечатления.

В чём ценность EJM

Вот несколько причин, почему опыт сотрудников важен для любого бизнеса:

Вовлечённость сотрудников = успех клиентов. Вовлечённые сотрудники гораздо лучше исполняют свои обязанности и реже покидают компанию. Это положительно отражается на опыте клиентов.

- Проблемы с сотрудниками обходятся дорого. Здесь речь не только о деньгах. Клиенты взаимодействуют не с руководителями, а с сотрудниками. И если сотрудник нечаянно или намеренно допускает ошибку, это может негативно отразиться на репутации компании, лояльности аудитории, отношении клиентов.
- Сарафанное радио улучшает процесс найма. Точно также как клиенты делятся впечатлениями о компании, сотрудники обмениваются мнениями. Положительные отзывы от бывших и действующих сотрудников помогают привлекать в компанию талантливых специалистов.

Грамотно составленная EJM помогает изучить опыт взаимодействия сотрудников с компанией, проанализировать ключевые моменты в найме, адаптации и развитии, выявить проблемные области и продумать улучшения.

Как составить Employee Journey Map

Процесс создания Employee Journey Map предполагает глубокий анализ поведения сотрудников и детальное изучение их опыта. Вот что нужно сделать:

Определите период, который будете изучать (весь путь сотрудника или определённую часть пути).

1. Установите ключевую группу сотрудников для исследования (по сегментам или должностям).

2. Выясните основные этапы пути для выбранной группы сотрудников. Например, в процессе найма это — изучение вакансии, подача резюме, собеседование, приём на работу, адаптация и прочее.

3. Определите ключевые точки соприкосновения с компанией. К примеру, для найма это может быть отправка отклика на вакансию, первое онлайн/телефонное собеседование, первый день на работе, знакомство с командой и т. д.

4. Установите основные информационные потребности и вопросы, с которыми сотрудник сталкивается в ключевой точке взаимодействия. Например, какой информации не хватает потенциальному кандидату для подачи заявки на вакансию, или какие вопросы чаще всего задают на собеседовании.

5. Выберите инструменты измерения и показатели для каждого этапа. К примеру, можно оценивать показатель удовлетворённости сотрудников по шкале от 0 до 10.

6. Соберите количественные и качественные данные. Здесь вам пригодятся данные статистики и аналитики. Например, для процесса найма вы можете установить такие сведения, как количество откликнувшихся на вакансию людей, число отобранных претендентов, соотношение релевантных и нерелевантных резюме, сложность прохождения собеседования и т. п.

7. Соберите данные о реальном опыте сотрудников. Для этого опросите сотрудников из выбранной категории, понаблюдайте за поведением действующих сотрудников в процессе исследуемых этапов, поговорите с бывшими сотрудниками.

8. Установите проблемы и возможности. К примеру, проблемой может быть то, что на этапе изучения вакансии претенденты не видят существенных отличий от конкурентов. Возможность может выражаться в поведении онлайн-собеседования вместо посещения офиса.

9. Определите ответственных лиц за каждую проблему или возможность. Даже если за выполнение действий отвечает несколько человек, у них должен быть один руководитель.

10. Визуализируйте информацию. У вас будет довольно много информации, поэтому целесообразно представить её наглядно.

11. Найдите решения для проблемных моментов и отслеживайте их реализацию. Подумайте, как можно улучшить опыт сотрудников. Разработайте стратегию реализации улучшений. Отслеживайте динамику изменений и результаты по итогам определённого периода.

Аналогичный процесс стоит провести для каждого важного сегмента сотрудников в вашей компании.

Какие инструменты понадобятся для создания EJM

Вам необязательно использовать специальное программное обеспечение, чтобы составить Employee Journey Map. Необходимый минимум инструментов:

Бумага и ручка. Вы можете вручную нарисовать путь сотрудника, и отмечать точки соприкосновения в момент интервьюирования сотрудников.

- Любой табличный редактор. Обычный Excel подойдёт для сбора информации и совместной обработки данных. В таблицу вы внесёте все собранные данные: информацию из статистики, результаты интервью, итоги наблюдений и прочее.
- Инструмент визуализации данных. Например, Miro, Easel.ly, Conceptboard или обычный лист, на котором можно нарисовать путь сотрудника.

Нет никаких стандартов, как должна выглядеть Employee Journey Map. Покажем несколько примеров визуализации. Например, это может быть максимально простая схема:

Можно выполнить EJM в формате строгой таблицы:

Визуализируйте EJM, чтобы всем ответственным лицам было понятно, что на ней изображено и как это интерпретировать.

Цель карты путешествия сотрудника — определить путь, по которому движутся ключевые сотрудники и затем разбить этот путь на отдельные элементы, чтобы понять, как происходят соприкосновения с компанией. Карта помогает понять чувства, эмоции и вопросы, возникающие в точках соприкосновения. Понимание состояния сотрудника на всём протяжении пути позволит создать наилучший опыт, который соответствует ожиданиям компании.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Баланс интересов пользователя и бизнеса.
2. Работа с противоречиями, построение логики проекта.
3. Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников.
4. Карты пути сотрудников.
5. Кейсы и корпоративные сервисы.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН / Тема 4.2 Проверка новых решений и внедрение в бизнес - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы приёма Reframing Method, в общении с клиентом.
- изучить процессы: описание, обзор, взгляд на проекта с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	1. _____ Описание, обзор, взгляд на	Вводная лекция

	проекта с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Приём Reframing Method, в общении с клиентом.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

Текст лекции.

Рефрейминг — это прием, очень распространенный в НЛП. Предназначен для того, чтобы менять отношение собеседника к теме беседы просто благодаря перестановке акцентов и изменению контекста. Согласитесь, это очень часто нужно в общении с потенциальными покупателями.

Что же такое рефрейминг в продажах, как он работает и как им грамотно пользоваться? Поговорим об этом в нашем материале.

Что такое рефрейминг

Все наши стремления и цели внутри нас. Но мы живем в обществе, которое нас окружает. Наша задача — связать эти стремления с событиями в мире. Для этого мы используем смысл (значение). То есть той или иной ситуации в окружающей среде приписывается смысл, связывающий воедино ценность с событием.

Вот почему смыслы так важны в нашей жизни. События извне мы связываем с нашим внутренним миром только благодаря тому, что приписываем им определенный смысл.

- Человек косо на меня посмотрел — он меня презирает.
- Если сотрудник систематически опаздывает, значит, не ценит свою работу.
- Если я пробегу 5 километров, значит, готов к марафону.

«Осмысление», то есть придание значения всему подряд, — процесс очень иррациональный, субъективный и малопонятный. Особенно, когда не вы приписываете эти значения. Но желание повлиять на данный процесс весьма сильное, поскольку мы хотим, чтобы смыслы были такими, какие нам нужны.

Данный процесс также можно назвать оценкой. То есть оцениванием, связанным с ценностями. И вот тут как раз появляется рефрейминг. Отличная модель игры со смыслом и изменения оценки событий.

Основы рефрейминга сформировали Ричард Бендлер и Джон Гриндер. Перед созданием новых психологических приемов они достаточно долго следили, как работают психотерапевты, и выделяли интересные тренды. В результате их работы появилась новая психологическая технология, которая позволила переосмыслить тяжелые события и свое поведение, чтобы начать смотреть на них позитивно, а не негативно.

Термином «рефрейминг» (англ. frame — рамка) называют совокупность приемов в современной позитивной психологии, НЛП, которая означает перестройку или переосмысление восприятия, поведения, мыслей и в итоге избавление от разрушающего (тревожного) поведения. Методы рефрейминга часто используют в бизнес-технологиях для выведения компаний на более качественную ступень развития.

Для рефрейминга личности используют речевые стратегии. Воздействие слов и затрагивание карты ценностей меняют представление человека о своих качествах и сформировавшейся неприятной ситуации.

Как работает рефрейминг в продажах

Рефрейминг в продажах выгоден как клиенту, так и продавцу. Первый задумывается о том, что предложение выгодное, а второй может по-новому посмотреть на деятельность, продукт и покупателя. Допустим, у сотрудника снижается стимул, когда он работает со сложным заказом. Рефрейминг же помогает понять, что трудности в повышении профессионального уровня неизбежны. Если сотрудник успешно решит сложную задачу, то заработает уважение коллег. А, как известно, самый «тяжелый» клиент, как правило, превращается в самого преданного компании покупателя.

Вот в каких вариантах может использоваться рефрейминг в продажах:

- акцент на выгоду («на продукт нет скидки, но зато у нас он стоит дешевле, чем в других магазинах»);
- альтернативные вопросы (продавец обращает внимание клиента на преимущества продукта или услуги: зачем платить больше за известную фирму, если можно купить такой же товар дешевле с более расширенным функционалом?).

Суть рефрейминга — изменение картины в рамке, то есть события в одной и той же ситуации. Иными словами, это метод переоценки ситуации с негативного восприятия на положительное. Знаете притчу про восточного государя, который увидел сон, где он потерял абсолютно все зубы? Он позвал к себе толкователя снов и услышал от него, что властелин потеряет всех близких людей. Государь разозлился и приказал посадить толкователя в темницу, а потом позвал другого провидца. И тот сказал, что государь переживет всех своих родственников. Такое толкование пришлось по душе государю, и он щедро отблагодарил провидца. И первый, и второй толкователи сказали одно и то же, но в разном контексте. В результате второе толкование было принято положительнее, чем первое.

Рефрейминг нужно активно применять в обычной жизни, а также в работе, переговорах, продажах, рекламных сообщениях, деловых спорах.

У продавца, который ведет переговоры с целью продажи того или иного продукта, всегда есть возможность изменить негативное мнение клиентов на позитивное, используя рефрейминг.

Предположим, покупатель говорит, что ваш продукт очень дорогой по сравнению с конкурентами. Вы можете сказать: дело в том, что для изготовления товара применялись более качественные материалы немецкого производства (если, конечно, это правда). Или, например, покупатель говорит, что туфли очень дешевые, соответственно, некачественные. Ответьте, что, купив дешевые туфли, вы без сожаления расстанетесь с ними через несколько месяцев и купите новые.

Когда вы помогаете покупателям поменять ситуацию в рамке, вы даете им возможность по-новому взглянуть на негативные для них стороны предложения.

Как завоевать доверие клиента, используя 3 главных правила рефрейминга в продажах

1. Соглашайтесь с собеседником

Помните фильмы со Стивеном Сигалом, в которых он сверхпрофессионально и виртуозно уворачивался от ударов соперников? В основе его успехов лежали принципы айкидо, борьбы, где для отражения удара не ставят блоки, как в боксе. Успех основан на использовании энергии противника против него же.

Этот способ эффективно работает и для убеждения. Не противоречьте оппоненту: соглашайтесь и поддерживайте его точку зрения. Стройте весь алгоритм общения с покупателем так, чтобы в ходе беседы он сам себя убеждал своими же рассуждениями.

Отвечая на любое возражение покупателя, говорите: «Да, понятно». Например, клиент говорит, что сейчас не может позволить себе покупку. Отвечайте: «Да, понятно, финансовое положение у всех разное». Человек говорит, что уже работает с поставщиком. И снова мы с ним соглашаемся: «Да, понимаем. Все работают по уже налаженным каналам».

2. Добивайтесь ответного согласия в мелочах

После того как вы согласитесь с покупателем, переходите к ряду вопросов, на которые собеседник ответит положительно.

Например, вы продаете семена. Менеджер вашей компании озвучил предложение, на что покупатель сказал об очень высокой стоимости. Ответить нужно так: «Да, цена — важный параметр». Но далее задать следующий вопрос: «Что для вас в приоритете — бесплатная доставка или превосходная всхожесть семян? Интересна ли вам проверка семян в лабораториях, с практическим испытанием на опытном поле?»

Безусловно, для покупателя важна и бесплатная доставка, и хорошая всхожесть семян. Наша задача — не получить отрицательный ответ. Например: «Важно ли для вас, чтобы продукт всегда был в наличии и поставлялся в больших объемах?» — «Конечно».

«Вам важно, чтобы поставщик не просто обогащался за счет вас, но и решал затруднительные вопросы с оргструктурами, обладал хорошим опытом и отличной репутацией на рынке?» И снова услышите положительный ответ.

Такое воздействие позволяет рефреймингу запускать процессы в подсознании у вашего клиента. Ведь когда человек слышит слово «нет», в его головном мозге зарождается одна химическая реакция. И абсолютно иная формируется, когда он слышит «да». Человеческий мозг — сложная структура, но эти процессы стопроцентно доказаны.

Важно: формулируйте вопрос так, чтобы собеседник не начал сомневаться и думать, будто вы уже знаете его ответ. Также не задавайте прямые вопросы, ответы на которые очевидны, допустим: «Цените ли вы свое здоровье?», «Хотите ли быть счастливым?»

3. Предлагайте свои услуги и продолжайте работать с возражениями

Далее менеджеру следует спросить: «Хорошо, правильно ли я вас понимаю? Если предприятие обеспечит минимум 80 % всхожести семян, перед этим расфасовав их и поставив бесплатно, то может рассчитывать на сотрудничество с вами? В этом случае в нашем лице вы обрели надежного партнера». Опыт показывает, что, как правило, хватает буквально 4 ответов, чтобы собеседник поменял свою изначальную позицию о товаре или организации.

Работать с возражениями могут научиться, пожалуй, все. Но не устанавливайте жесткие шаблоны. Эксперты рекомендуют заучивать около 25 классических возражений, и когда появляются новые, просто обсуждать и уточнять их на тренингах.

Бывает, что клиент задает определенные трудные вопросы, на которые продавец находит прекрасный ответ. В данном случае его опыт начинают перенимать другие.

Бороться с возражениями рекомендуется по общим правилам:

- Позвольте клиенту высказаться.
- Если есть возможность, не допускайте дискуссий в беседе.
- Оттягивайте обсуждение цены.
- Найдите в возражениях моменты, с которыми согласны сами.
- Не говорите клиенту, что он не прав.
- Заранее составьте список вероятных возражений.
- При сложных возражениях попытайтесь переключить внимание на собеседника.
- Будьте оптимистично настроены. Возражение можно воспринимать как сигнал к желанию клиента к сотрудничеству.

Пример подобного разговора по этим правилам:

Иногда даже профессионалы с богатым опытом не могут продавать. В таких ситуациях важно оставить для себя шанс вернуться к беседе через какое-то время, снова позвонить потенциальному покупателю и обсудить эту тему.

Допустим, вы можете сказать клиенту, что предоставите ему важную и ценную информацию. Скажите, например, что вам известны способы снизить сумму поставок крупных партий товара и вы готовы об этом проинформировать. Или же вы знаете интересную программу по поддержке малого предпринимательства и готовы прислать ее по электронной почте. Предложения, связанные с ростом прибыли и сокращением производственных затрат, интересны всем, а потому это беспроигрышный вариант удержать внимание клиента.

Если вы имеете дело с более опытным переговорщиком, просто признайте это и перейдите на формат беседы «ребенок — родитель». Спросите, как он сумел достичь успеха в продажах (хорошо, если разговор не затрагивает напрямую текущую деятельность), какие тренинги посещал, какую читал литературу. Люди всегда охотно рассказывают о своей профессиональной подготовке и постепенно раскрываются. Вы же в свою очередь получите ценную информацию для успешных будущих продаж.

В переговорах рефрейминг можно применять довольно успешно. К примеру, чтобы:

- убеждать собеседника принять вашу позицию;
- работать с его возражениями;
- демонстрировать выгоды вашего предложения.

Как это действует? Почему клиент меняет свое мнение? Заставить человека поменять точку зрения можно только благодаря грамотным и своевременным приемам. Рефрейминг в продажах — это и очень легкий, и одновременно сложный инструмент. Сами по себе его приемы легкие и эффективные. А вот использовать их и вписать в беседу максимально естественно зачастую трудно, особенно новичкам. Здесь необходимо знать невербальные приемы, методы подстройки к клиенту и иметь чувство времени (понимать, что и когда говорить). Однако все приходит с практикой.

Расскажем о самих приемах.

1. Позвольте клиенту оценить предложение под другим углом

Большая часть людей живет по стереотипам, которые трудно побороть. Попробуйте сыграть в одну психологическую игру: попросите человека как можно скорее ответить на вопросы одним словом. Вопросы следующие: известный поэт, фрукт, часть лица. Интересно, что 8 из 10 человек отвечают так: Пушкин, яблоко, нос. Для эксперимента попробуйте ответить сами. Результаты показывают: мышление большей части людей стереотипное.

В бизнесе тоже немало стереотипов. Следовательно, и возражения, с которыми мы, как правило, сталкиваемся, стереотипны. Это «дорого», «там предлагают лучше» и т. д. Рефрейминг как раз призван разрушать стереотипы.

Ложным возражением называют возражение покупателя, используемое им как маскировку истинных причин, по которым он не желает контактировать с продавцом.

Вы можете заранее предугадать ответы на эти возражения и подготовить нечто такое, что можно продемонстрировать покупателю в противовес его точке зрения, тем самым склонив на свою сторону. Иными словами, ваша задача — помочь клиенту разглядеть ваше предложение с других, более выгодных сторон.

Попытайтесь самостоятельно попрактиковать рефрейминг с данным приемом на таких возражениях, как:

- Скидки отсутствуют.
- Есть отсрочка платежа, но товар не выдается под реализацию.
- Товар очень дорогой, в регионе его почти никто не покупает.
- Товар дешевый и непрестижный.
- У продукции небольшой срок годности.
- Дороже, чем продукция другого производителя (но период эксплуатации больше).
- Дороже, чем продукция конкурентов, но, используя ее, можно сэкономить на другой.
- Отсутствуют рекомендации российских покупателей (сложное оборудование, фармация).

Наверное, это самый технически легкий метод рефрейминга в продажах: он схож со взвешиванием или компенсацией определенного минуса весомым плюсом. Его типичная формулировка: «дорого, зато качественно».

Лучше детально продумайте, какие достоинства товара могут перевесить его недостатки, и подайте их, используя «ЗАТО»:

- Смартфон крупный (как правило, такой размер воспринимают как недостаток), ЗАТО оснащен большим дисплеем и удобными кнопками.
- Стоимость высокая, ЗАТО вы получаете полную комплектацию и все необходимые вам дополнительные преимущества.
- Вы платите сразу больше, ЗАТО в результате экономите (к примеру, при сравнении подписки на газету с розничной покупкой).

Попытайтесь применить этот прием рефрейминга на следующих фразах:

- Работа только с предоплатой.
- Товар не укомплектован дополнительными аксессуарами.
- Монитор очень маленького размера.
- Этот товар совершено не рекламируется (с позиции конечного покупателя).
- Этот товар совершенно не рекламируется (со стороны посредника).
- Доставка занимает очень длительное время.
- Техника чересчур сложная (конечный покупатель).
- Техника чересчур сложная (посредник).
- Продукт «не раскрученный» (посредник).
- Никто из моих знакомых не использовал товар.

3. Преподносите информацию в другом контексте

Рефрейминг в продажах этого вида основан на сравнении одного предмета с другим, благодаря чему клиент воспринимает его иначе. Не раз проводился такой эксперимент: фокус-группе показывали геометрическую фигуру, а рядом с ней ставили ее копию размером побольше. Люди видели ту же фигуру, но на отдельном листе бумаги. Обеим группам предстояло на глаз определить, какого она размера. Технически обе группы были подготовлены одинаково. Большая часть людей, рассматривавших фигуру рядом с большей, воспринимали ее размер как меньший в сравнении с участниками экспериментальной группы. То есть благодаря выбору определенного ряда для сравнения мы можем сделать так, чтобы собеседник иначе воспринимал фигуру.

Зачастую покупатель видит продукт или услугу только в одном контексте. Но что, если сделать контекст более подходящим? Покупатель начнет иначе относиться к товару. И если вы убедительно преподносите информацию и знаете, что говорите, вполне возможно, он вообще забудет о своих начальных возражениях и оценит все преимущества товара, о которых вы ему говорите.

По контексту рефрейминг может выглядеть уместно и эффективно, если вы:

- сравните его с товаром не подешевле, а подороже. Уместно использовать любой ряд, выгодный для сравнения (это могут быть характеристики, связанные с качеством, сервисом и т. д.);
- с самого начала предложите более жесткие условия или высокие цены, чтобы в будущем предлагать уступки, которые сформируют максимально положительное восприятие у клиента и заставят его думать, что это наилучший вариант из представленных ранее;
- будете использовать метод «недостатков». Покупателю указывают и позиционируют как недостаток определенное несущественное для него свойство товара или услуги, а затем демонстрируют важное достоинство, которое на фоне маленького минуса смотрится очень выигрышно;
- будете демонстрировать товар (вспомните эксперимент с фигурами).

4. Задавайте альтернативный вопрос

Помните старый советский фильм «Подкидыш», где героиня Фаины Раневской произносит уже классическую для нас фразу: «Муля, не нервируй меня!»? Эта героиня, стремясь убедить потерявшуюся девочку отправиться с ними на дачу, выстраивает вопрос так: «Что ты хочешь — с нами на дачу или чтобы тебе здесь голову оторвали?» То есть поехать на дачу, может, и не так заманчиво, но по сравнению с озвученной альтернативой — вполне ничего.

То есть последний вид рефрейминга, который мы предлагаем, — работа на контрасте, прием, который позволяет выделить именно то, на что клиент должен посмотреть в первую очередь.

Этот прием достаточно распространен в продажах. Его преимущество в том, что он может быть использован как для выявления потребностей, так и при переходе к сделке. Суть в том, что вы не задаете вопрос, с которым покупатель может согласиться или нет. Вы предлагаете на выбор два варианта, которые устроили бы обе стороны. Как правило, покупатель так и делает — выбирает понравившийся.

5. Пользуйтесь коннотациями

Коннотацией называют дополнительный смысловой или эмоциональный оттенок слова или высказывания. К примеру, коннотация слова «дорогой» — «ценный». При использовании этого приема в разговоре с покупателем вы, как правило, отвечаете положительной коннотацией на его негативную реплику. За счет этого меняете его мнение на противоположное.

Существует лишь три пути (или целых три): обязательство и договоренность / вам придется и вы можете / проблема и вопрос, который мы можем обсудить. Ваша задача — формулировать фразы так, чтобы у клиента сформировалось выгодное вам восприятие.

Использование нейросетей в продвижении сайтов – это новый и перспективный подход, который позволяет повысить эффективность SEO-оптимизации и улучшить ранжирование сайта в поисковой выдаче.

Мы подготовили подборку нейросетей, которые позволяют оптимизировать процессы продвижения сайта в пяти направлениях:

- Техническое состояние сайта.
- SEO.
- Сбор семантики сайта.
- Создание полезного контента.
- Работа над конверсией.

Данные нейросети помогут увеличить количество заявок и продаж с сайта минимум в 2 раза.

- Начните выявлять проблемы

Подобных приемов рефрейминга очень много. Например, объективные — метод мозгового штурма, сбор статистики, особые техники исследования, информация по уровню и скорости выполнения, эффективность по определенному отрезку времени, выявление «болевых точек» и т. д.

Очень внимательно относитесь к субъективным приемам выявления проблем с использованием рефрейминга, в основе которого лежат чувства, индивидуальный подход, ощущения, личностное поведение, каскад реакций, интуиция. Именно из них состоит невидимая, но очень существенная ткань любой проблемы.

Если творчески подходить к использованию указанных приемов, то эффект от них всегда будет лучше, чем может дать любая аналитика.

В зависимости от ситуации нам необходимо сформировать перечень «симптомов», с которым мы в дальнейшем будем работать по техникам рефрейминга.

Допустим, в случае словесной перебранки между руководителем и подчиненным список может быть таким:

1. руководитель был не в настроении;
2. работник не сдал проект в срок и не предупредил об этом начальство;
3. сотрудник не мотивирован к работе;
4. руководитель задерживает заработную плату и не платит премии;
5. работник некомфортно чувствует себя в коллективе.

Этот перечень очень важен для выявления основной сути проблемы с применением методов рефрейминга.

Есть определенные **пограничные ситуации**, которые еще не составляют проблему. В них содержится одинаковое количество позитивных и негативных «симптомов». В таких ситуациях важно использовать указанные нами методы рефрейминга — для достижения баланса и во избежание перевеса негативных «симптомов».

Такая ранняя профилактика позволяет извлечь большую пользу из ситуации и превратить ее в новую рамку с положительным списком.

Каждый найденный симптом скрывает в себе не одну проблему. Рефрейминг призван вычислять их и срочно находить решение.

Чтобы выявлять проблемы, вы можете пользоваться разными методами. Это и статистический справочник, и смысловой анализ симптомов, и опросники, и разные эталонные критерии. Впоследствии проблемы можно решать с применением определенного способа рефрейминга, а лучше — с сочетанием различных приемов.

- **Проанализируйте ключевые слова**

Нередко люди выражают одно и то же действие, используя разные слова. Метод анализа ключей в рефрейминге предполагает поиск большого числа выражений с похожим значением, из которого выбирается только одно, понятное абсолютно всем. Потом используют только это выражение или слово, и решение проблемы значительно упрощается.

Такой прием рефрейминга помогает выявить разные точки зрения, которые необходимо дополнительно раскрыть с позиции смысла. Скрытые сравнения или наречия, к примеру «быстрее» или «медленнее», «хуже» или «лучше», не пройдут через фильтр метамодели.

Метамодель прекрасно дополняет технику анализа ключей в рефрейминге, которая помогает выявить неправильные речевые обороты благодаря восстановлению связи языковой конструкции и опыта, выражаемого ей.

- **Проанализируйте, почему возникает проблема**

Зачастую этот прием рефрейминга позволяет сразу решить проблему, так как самое главное в устранении негативной ситуации — верно установить причину, а затем тщательно ее проанализировать. Нередко причины появления проблем называют «фактором ограничения».

Приведем пример рефрейминга при таком анализе. Есть негативная ситуация — работники компании не мотивированы. Симптомами могут быть их лень и рассеянность. Проанализировав причины, с помощью рефрейминга мы можем выявить определенные критерии: руководитель не поощряет персонал при помощи бонусов и премий, когда тот выполняет план, персонал работает в некомфортных условиях, заработная плата не индексируется последние два года, начальник «себе на уме», в коллективе царит неблагоприятный климат и т. д.

Что такое фактор ограничения? Это, например, страх увольнения, спровоцированный всего лишь безосновательными слухами.

Для начала нужно заявить сотрудникам, что слухи об увольнении не имеют под собой реальной базы. Если же все дело в финансовых выгодах, следует разработать систему бонусов и поощрений, выгодную как для компании, так и для работников.

Фактически чем глубже удастся погрузиться в определенную проблему, тем успешнее получится ее решить приемами рефрейминга.

Иногда очень помогает анализ прошлого опыта разрешения подобных ситуаций. Не исключено, что именно из-за него она повторилась вновь. Если на одном из собраний было сказано о моментальном увольнении работников в случае невыполнения плана с целью испугать персонал, то это могло сказаться на их работе и спровоцировать негативные слухи. Например: «В этой организации сразу же увольняют из-за малейшего промаха». Новые сотрудники будут помнить этот слух, не получат достаточной мотивации, и результат их работы окажется неэффективным.

- **Выполните хронологический анализ**

Если исследовать причину только в настоящем времени, то на результате рефрейминга это может сказаться отрицательно. Одно неправильное решение — и эта же негативная

ситуация повторится. Причины их возникновения сравнимы с цепной реакцией: одно порождает другое. Смысл подходящей техники рефрейминга, хронологического анализа, заключается в выявлении четкой закономерности развития ситуации с самого начала и до сегодняшнего дня.

- **Проанализируйте ситуацию с помощью вопроса «почему?»**

Так как вариантов выявления проблемы существует очень много, например НЛП, или методы нейролингвистического программирования, то можно заблудиться и утонуть в проблеме еще больше, чем на начальном этапе. Здесь необходимо констатировать негативный факт, после чего получается ответить, почему так случилось.

Этот прием рефрейминга повторяет способ хронологического анализа, но обладает определенными нюансами. Суть его в том, чтобы признать негатив и впоследствии повторить смысловую конструкцию «…что вызвано следующими причинами». Например: «Проект не был сдан вовремя, что вызвано следующими причинами», «От клиентов поступило множество жалоб, что вызвано следующими причинами», «Смирнов постоянно опаздывает на работу, что вызвано следующими причинами» и т. д. Использование этой простой техники дает возможность постепенно добраться до основной сути проблемы.

То есть благодаря описанным методам рефрейминга вы можете качественно решать всевозможные проблемы, связанные с управлением компанией.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Описание, обзор, взгляд на проекта с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить.
2. Приём Reframing Method, в общении с клиентом.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ/

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

3. Цели занятия.

- сформировать знание о функции сервис-дизайна.
- изучить методики анализа бизнес-процессов.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Функции сервис-дизайна.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Бизнес-процессы.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом».
2. Функции сервис-дизайна.
3. Сервисный дизайнер и как это связано с UX/UI.
4. Бизнес-процессы.
5. Методики, которые помогают понять и наладить бизнес-процессы.
6. Роли сервисного дизайнера и работе с возникающими ограничениями.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об исследовании клиентского опыта.
- изучить технологии подготовки и проведения глубинного интервью

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Исследование клиентского опыта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Карта стейкхолдеров.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.3	Подготовка и проведение глубинного интервью	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Исследование клиентского опыта.
2. Погружение в опыт пользователя.
3. Карта стейкхолдеров.
4. Методы исследования.
5. Качественные методы исследования.
6. Этнография.
7. Этап Эмпатии – Глубинное интервью.
8. Подготовка и проведение.
9. Глубинное интервью: пять почему.
10. Глубинное интервью, как их проводить; проблемные интервью; решенческие интервью; экспертные интервью.
11. Отраслевые специалисты.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: написание реферата

Перечень тем рефератов раздела 1:

1. Технологии репозиционирования товаров.
2. Кастомизация товаров.
3. Ревитализация товаров.
4. Факторы и критерии конкурентоспособности товаров.
5. Методология и методы оценки конкурентоспособности товаров.
6. Понятие и фазы ЖЦТ.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

1. Модель, представляющая товар в системе бизнес-планирования:
   а. модель виртуального рынка;
   б. модель эмпирического маркетинга;
   в. модель латерального маркетинга;
   г. модель многоуровнего товара;

2. Модель, представляющая товар как новинку созданную на базе существующего товара и планирования ресурсов, способную удовлетворить новые потребности покупателей:
   а. модель материального маркетинга;
   б. модель эмпирического маркетинга;
   в. модель латерального маркетинга;
   г. модель виртуального рынка;
   д. модель многоуровнего товара;

3. Дифференциация товара означает:
   а. пополнение модельного ряда существующего товара;
   б. изменение товара при условии, что прежний товар снимается с производства;
   в. производство нового товара;
   г. повышение качества товара появление дополнительных гарантий и услуг;

4. Глубиной товарного ассортимента называется:
   а. варианты предложения каждого товара;
   б. общая численность производимых фирмой товаров;
   в. количество производимых фирмой товарных групп;

количество товаров, способных удовлетворить одну и ту же потребность;

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1. Исследование потребности гостя и его взаимодействие с продуктом

3. Цели занятия.

- изучить методики оценки индекса потребительской лояльности
- сформировать знания о технологиях отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Индекс потребительской лояльности, CSI(Customer Satisfaction Index).	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Оценка потребительских усилий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Метрики сервис-дизайна:NPS(Net Promoter Score).
2. Индекс потребительской лояльности, CSI(Customer Satisfaction Index).
3. Уровень удовлетворенности клиентов, CES(Customer Effort Score).
4. Оценка потребительских усилий, которая показывает, eNPS(Employee Net Promoter Score).
5. Уровень лояльности персонала.

6. Отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта.
7. Расставление в CJM метрики входа, обратной связи, удержания и развития.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы успешной разработки новых сервисов и подходов.
- изучить показатели эффективности руководства пользователя при покупке или клике.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разработка новых сервисов и подходов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Дизайн, тексты и интерактивные элементы интерфейсов, как удерживать внимание.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Руководство пользователя при покупке или клике.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Разработка новых сервисов и подходов.
2. Изменение бизнес-модели.
3. Новые фишки для клиентов.
4. Дизайн, тексты и интерактивные элементы интерфейсов, как удерживать внимание.
5. Привычки пользователей, влияние на их поведение.
6. Этикой сервисного проектировщика.
7. Руководство пользователя при покупке или клике.
8. Теория Jobs To Be Done.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: написание реферата

Перечень тем рефератов раздела 2:

1. Классификационные критерии и типология товаров на рынке ?в2в?.
2. Классификационные критерии и типология товаров на рынке ?b2c?.
3. Классификационные критерии и типология услуг.
4. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы

обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

1. Использование базы данных для дифференциации товара- это:
   а. пополнение модельного ряда товара;
   б. замена устаревшей модели товара более современной;
   в. производство нового товара;
   г. повышение качества товара, появление дополнительных гарантий и услуг;

2. Широтой товарного ассортимента при бизнес-планировании называется:
   а. количество производимых товарных групп;
   б. общая численность производимых фирмой товарных единиц;
   в. варианты предложения каждого товара;
   г. степень близости между производимыми товарными группами (ассортиментными позициями);

3. Максимальная цена товара определяется:
   а. покупательским спросом;
   б. уровнем прямых издержек на производство товара;
   в. уровнем совокупных издержек фирмы;
   г. условиями конкуренции на рынке;

4. Описание жизненного цикла товара в бизнес-плане:
   а. период времени от первоначального появления продукта на рынке до прекращения его реализации на данном
   б. рынке;
   в. период времени от начала разработки продукта до снятия его с производства;
   г. период времени от начала разработки продукта до прекращения его реализации;
   д. период времени от момента приобретения продукта потребителем до его утилизации;

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

3. Цели занятия.

- сформировать знание о создании базового вовлекающего сценария
- изучить механику вовлечения аудитории и то, как её измерять.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Создание базового вовлекающего сценария	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Механики вовлечения аудитории и то, как её измерять.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Необходимые действия чтобы клиенты хотели пользоваться сервисом.
2. Создадите базовый вовлекающий сценарий.
3. Изучите разные механики вовлечения аудитории и то, как её измерять.
4. Узнаете о популярном принципе MAYA, который помогает продавать новые продукты и привлекательно «упаковывать» старые.
5. Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о формах и методах обучения персонала
- изучить этапы, которые проходят пользователи перед покупкой и какие цели он преследует.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Работа с CJM	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Этапы, которые проходят пользователи перед покупкой и какие цели он преследует.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.3	Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, их влияние на доверие и эмоции пользователей.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Работа с CJM (Customer Journey Map ,карта пути клиента):
2. В каких точках аудитория соприкасается с продуктом.
3. Как взаимодействуют с вашей компанией разные сегменты аудитории.
4. Какие этапы проходит пользователь перед покупкой и какие цели он преследует.
5. Насколько удобно переходить с этапа на этап при взаимодействии с вашим продуктом.
6. Какие эмоции испытывает клиент на пути к своим целям.
7. С какими барьерами сталкиваются покупатели.

8. Построение карты пути клиента: Сбор информации о клиенте, Перечисление точек и каналов взаимодействия.
9. Определение барьеров и их устранение.
10. Слои пользовательского
11. Ошибки при составлении CJM привычек и wow-решений.
12. Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, влияет их на доверие и эмоции пользователей.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов раздела 3:

1. Марочные стратегии производителя.
2. Понятие элиминация товаров и причины ее осуществления.
3. Матрица соответствия стратегическим целя Мак Кинзи. Модифицированная матрица Мак Кинзи / GE.
4. Матрица БКГ. Модифицированная матрица БКГ.
5. Анализ прибыльности продуктового портфеля.
6. Анализ стабильности продуктового портфеля.
7. Анализ сезонности продаж.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель

14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

7. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

8. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

9. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

10. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

11. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

12. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

1. Соглашение внутри канала сбыта о привилегиях (франчайзинг)относится к _____ системе планирования деятельности:
   а. договорной;
   б. традиционной;
   в. корпоративной;
   г. управляемой;

2. Наиболее важные критерии при выборе ассортимента товаров при планировании деятельности и формировании материальных запасов:
   а. оборачиваемость запасов и валовая маржа;
   б. реклама соответствующих товаров и предоставляемые скидки;
   в. тип покупательского поведения;
   г. объемы поставок и упаковка;

3. Сбор информации при репозиционировании товара означает:
   а. изменение представлений покупателей о товаре;
   б. замена устаревшей модели обновленной;
   в. повышение качества;

г. анализ потребительского спроса

4.Кастомизация товара при использовании программных продуктов при анализе рынка означает:
а. подгонка стандартного товара под индивидуальные запросы покупателей;
б. повышение качества товара;
в. выявление проблемных товаров;
г. модернизация товара;

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы построения баланса интересов пользователя и бизнеса.
- изучить методы построения карты пути сотрудников.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Баланс интересов пользователя и бизнеса	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

3	Карты пути сотрудников.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Баланс интересов пользователя и бизнеса.
2. Работа с противоречиями, построение логики проекта.
3. Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников.
4. Карты пути сотрудников.
5. Кейсы и корпоративные сервисы.

1. Учебная дисциплина. **СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

2. РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы приёма Reframing Method, в общении с клиентом.
- изучить процессы: описание, обзор, взгляд на проект с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Описание, обзор, взгляд на проект с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Приём Reframing Method, в общении с клиентом.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Описание, обзор, взгляд на проект с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить.
2. Приём Reframing Method, в общении с клиентом.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов раздела 4:

1. Классификация марок товаров.
2. Основные компоненты марки товара.
3. Понятие бренда. Основные параметры архитектуры бренда.
4. Аудит бренда. Стоимость бренда.
5. Границы контроля производителя за маркетингом марочных продуктов.
6. Решения об идентификации марок.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить

главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

13. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

14. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

15. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

16. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

17. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

18. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

1.Компании могут дифференцировать свои товары в ходе планирования деятельности по таким характеристикам, как?:

а. функциональность;
б. консультации;
в. компетентность;
г. доставка;

2.Схема потребительских предпочтений отображает?

а. результаты сравнения воспринимаемых потребителем свойств товара;
б. результаты позиционирования товара;
в. результаты сравнения основных свойств товара;
г. мнение потребителей об идеальном сочетании свойств;

3.Основу для планирования продукта составляют факторы?

а. восприятие продуктов потребителями;
б. покупательского поведения потребителей;
в. поведения потребителей после покупки;
г. намерения потребителей совершить покупку;

4. Продлению жизненного цикла товара способствует:

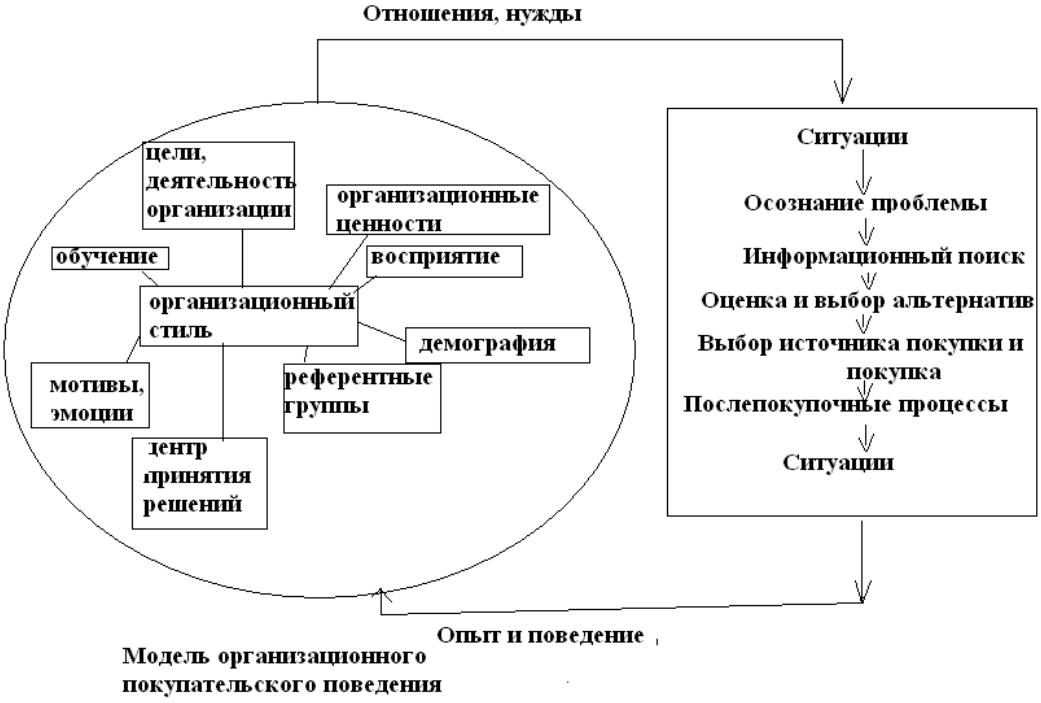
а. разработка новых сфер применения и модификация товара;
б. выявление новых групп сбыта и повышение адресности продукции;
в. грамотное планирование потребности в ресурсах;
г. ограничение ассортимента наиболее популярными модификациями товара;

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ

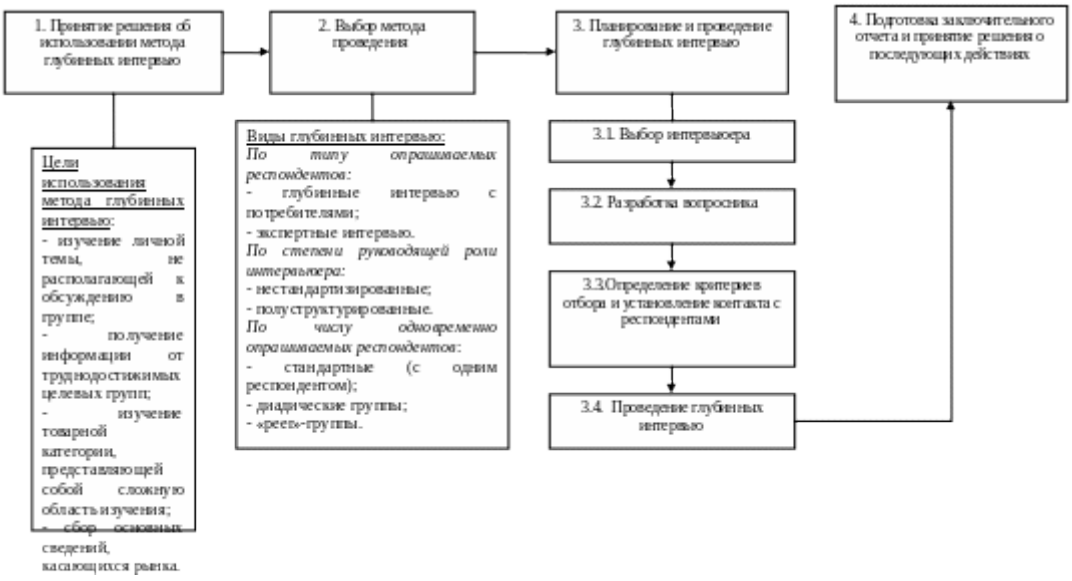
Тема1.1 Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом



Модель организационного покупательского поведения

Модель организационного покупательского поведения

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью.



Этапы проведения глубинных интервью

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ

Тема 2.1. Исследование потребности гостя и его взаимодействие с продуктом

Выявление потребностей клиента

Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише

Потребности клиента и характеристики продукта

РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

Процесс принятия потребителями решения о покупке

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента.

Карта пути клиента

РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

Уровни мотивации сотрудников сферы сервиса

Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

Принципы внедрения подходов сервис-дизайна

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ГОСТИНИЧНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения

размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания	
Тема 1.1. Гостиничное хозяйство и общественное питание	Сущность менеджмента гостиниц и организаций общественного питания .Характер управленческой деятельности в гостиничном хозяйстве и общественном питании. Инновационный менеджмент гостиниц и организаций общественного питания. Особенности гостиничного и ресторанного дела .Основные модели управления гостиничным бизнесом и организациями общественного питания..Классификация гостиничных и ресторанных предприятий по стилям управления.Менеджмент номерного фонда гостиницы — управление процедурами размещения, учета и выписки госте. Управление эксплуатацией здания гостиницы
Тема 1.2 Управление характеристиками гостиничных продуктов	Понятие и специфика продукта гостиничного продукта.Участие потребителя в предложении гостиничного продукта. Структура и уровни гостиничного продукта .Формирование характеристик продуктовой номенклатуры гостиничного предприятия Технологии обслуживания. Организация разработки новых гостиничных продуктов .Управление стадиями жизненного цикла гостиничного продукта. Сегментный анализ гостиничного рынка. Изучение потребительское поведение на гостиничном рынке.
РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания	
Тема 2.1 Процесс и функции управления гостиницами и организациями	Структура управления организацией и ее элементы Требования к структуризации управления.Общая типология организационных структур и их характеристика.

общественного питания	Понятие и принципы делегирования полномочий. Типология полномочий.
Тема 2.2 Методы управления в гостиницах и организациях общественного питания	Особенности организационной структуры управления гостиницей .Особенности организационной структуры управления организацией общественного питания. Типы организационных структур управления гостиницами .Типы организационных структур управления организациями общественного питания.Характеристика основных элементов управления гостиницей . Характеристика основных элементов управления организацией общественного питания.Формальные и неформальные элементы управления гостиницей. Формальные и неформальные элементы управления организацией общественного питания.Проектирование организационной структуры управления гостиницей.Проектирование организационной структуры управления организацией общественного питания.
РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов	
Тема 3.1 Подбор персонала в гостиницы и организации общественного питания	Трудовой процесс гостиницы . Трудовой процесс ресторана. Особенности трудового процесса гостиницы. Содержание трудового процесса на гостиничном предприятии . Особенности трудового процесса ресторана. Содержание трудового процесса на ресторанном предприятии .Управление затратами труда. Управленческий труд в гостиницах и ресторанах . Понятие управленческого труда .
Тема 3.2 Права и обязанности руководителей подразделения	Разделение и кооперация управленческого труда . Делегирование полномочий . Управленческий контроль. Техническое обеспечение управленческого труда . Нормирование труда . Создание благоприятных условий труда . Культура управленческого труда .Задачи и функции управленческого труда руководителей подразделений в гостиницах.Задачи и функции управленческого труда руководителей подразделений ресторанах.Права и обязанности руководителей подразделений в гостиница.Права и обязанности руководителей подразделений ресторанах.Полномочия и ответственность руководителей подразделений в гостиницах.Полномочия и ответственность руководителей подразделений ресторанах.
РАЗДЕЛ 4. Управление персоналом гостиниц и организаций общественного питания	
Тема 4.1 Понятие и характеристики персонала	Понятие и характеристики персонала.Структура персонала организации по различным признакам.Система управления персоналом и ее подсистемы на предприятии. Характеристика отдельных подсистем управления персонала.Организационные структуры службы управления персоналом. Кадровая служба предприятия. Формирование трудовых коллективов . Планирование потребности в трудовых ресурсах . Подбор и отбор персонала Рынки рабочей силы. Критерии оценки сотрудников. Оценка персонала. Прием на работу. Развитие и обеспечение персонала . Обучение персонала в гостинице . Внутреннее перемещение. Карьера персонала. Понятие и

	характеристики персонала гостиницы. Структура персонала гостиницы.Система управления персоналом и ее подсистемы на гостиничном предприятии. Характеристика отдельных подсистем управления персоналом гостиницы..Организационные структуры службы управления персоналом в гостиницах. Формирование трудовых коллективов гостиницы.
Тема 4.2 Карьера персонала в гостинице и организации общественного питания	Структура персонала гостиницы.Система управления персоналом и ее подсистемы на гостиничном предприятии. Характеристика отдельных подсистем управления персоналом гостиницы..Организационные структуры службы управления персоналом в гостиницах. Формирование трудовых коллективов гостиницы . Планирование потребности в трудовых ресурсах гостиницы . Подбор и отбор персонала гостиницы. Критерии оценки сотрудников в гостиницах . Оценка персонала гостиницы. Прием на работу в гостиничное предприятие. Развитие и обеспечение персонала гостиницы . Обучение персонала в гостинице . Внутреннее перемещение персонала в гостиничном предприятии. Карьера персонала в гостинице. Понятие и характеристики персонала организации общественного питания. Структура персонала в организации общественного питания.Система управления персоналом и ее подсистемы в организации общественного питания. Характеристика отдельных подсистем управления персоналом в организации общественного питания.Организационные структуры службы управления персоналом в . в организации общественного питания. Формирование трудовых коллективов в организации общественного питания . Планирование потребности в трудовых ресурсах в организации общественного питания . Подбор и отбор персонала в организации общественного питания. Критерии оценки сотрудников в организации общественного питания . Оценка персонала в организации общественного питания. Прием на работу в организации общественного питания. Развитие и обеспечение персонала в организации общественного питания . Обучение персонала в организации общественного питания. Внутреннее перемещение персонала в организации общественного питания . Карьера персонала в организации общественного питания.
РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питания	
Тема 5.1 Менеджмент деловых совещаний и переговоров в гостиницах и организациях общественного питания	Сущность руководства и лидерства.Сущность стиля руководства. Типология стилей руководства. Теории стилей руководства и лидерства. Власть и влияние.Основы власти.Виды власти. Подходы к проблеме лидерства. Способы реализации власти. Качества эффективного лидера.Типы лидерства в организации.Теории лидерства и лидерского поведения. Понятие управленческого общения . Значение и суть управленческого общения . Этика делового общения.

	Формы делового общения. Организация общения. Понятие деловых совещаний. Значение и задачи деловых совещаний . Классификация деловых совещаний . Организация проведения деловых совещаний . Эффективность деловых совещаний. Понятие деловых переговоров. Суть деловых переговоров . Подготовка деловых переговоров . Проведение переговоров . Решение проблемы и завершение переговоров . Анализ итогов деловых переговоров . Условия эффективности переговоров.
Тема 5.2 Управление конфликтами в гостиницах и организациях общественного питания	Личность менеджера. Роль менеджера гостиницы. Роль менеджера ресторана. Требования к менеджеру гостиницы. Требования к менеджеру ресторана.Особенности лидерства и руководства в работе менеджеров гостиничного бизнеса.Особенности лидерства и руководства в работе менеджеров ресторанного бизнеса. Сущность конфликтов. Типология конфликтов. Причины возникновения конфликтов. Этапы процесса возникновения и развития конфликта. Методы разрешения конфликтов. Положительные и отрицательные стороны конфликтов. Последствия неразрешенных конфликтов. Причины возникновения конфликтов в гостиничных организациях. Причины возникновения конфликтов в организациях общественного питания. Особенности разрешения конфликтов в гостиничных организациях. Особенности разрешения конфликтов в организациях общественного питания.
РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания	
Тема 6.1 Управление сбытовой политикой гостиниц и организаций общественного питания	Требования,предъявляемые к управленческим решениям. Факторы, влияющие на принятие управленческих решений в гостиничном бизнесе. Факторы, влияющие на принятие управленческих решений в организациях общественного питания. Особенности процесса разработки и принятия управленческого решения в гостиничном бизнесе. Особенности процесса разработки и принятия управленческого решения в организациях общественного питания. Сущность и этапы планирования сбытовой политики гостиницы. Функции и виды каналов сбыта услуг в гостиничном бизнесе. Продажи гостиничных продуктов организованным потребителям и посредникам на гостинично- туристическом рынке. Прямые продажи гостиничных продуктов индивидуальным заказчикам. Организация прямых продаж гостиничных продуктов корпоративным структурам.Организация продаж гостиничных продуктов через туристических посредников. Оценка эффективности работы гостиницы с каналами сбыта. Сущность и этапы планирования сбытовой политики организации общественного питания. Функции и виды каналов сбыта услуг в организациях общественного питания. Продажи организованным потребителям и

	посредникам на рынке общественного питания.Прямые продажи продукции общественного питания индивидуальным заказчикам. Организация прямых продаж продукции общественного питания корпоративным структурам.Организация продаж продукции общественного питания через туристических посредников. Оценка эффективности работы отеля с каналами сбыта.
Тема 6.2 Менеджмент финансовых ресурсов и доходов в гостиничных организациях и организациях общественного питания	Понятие управленческого решения. Отличительные признаки управленческих решений. Классификация управленческих решений. Управленческая информация, необходимая для принятия решений. Управленческая ситуация. Управленческая проблема и ее диагностика. Этапы процесса принятия и реализации управленческого решения. Ограничения и критерии принятия управленческого решения. Обоснование,оценка и выбор альтернатив пр принятии управленческого решения. Методы принятия управленческого решения. Характеристика финансовых ресурсов в гостиничном бизнесе.Организационная модель финансовой системы гостиницы. Бухгалтерский учет на гостиничном предприятии. Бухгалтерский баланс: структура активов и пассивов отеля. Отчет о прибылях и убытках.Отчет о движении денежных средств.Структура доходов и расходов отеля. Анализ центров финансовой ответственности: центры прибыли и затрат отеля. Финансовая диагностика: интерпретация финансовых отчетов и оценка эффективности деятельности гостиницы. Бюджетирование в управлении финансовыми ресурсами гостиницы. Особенности и концепция управления доходами в гостиничном бизнесе. Методы прогнозирования факторов, влияющих на доходы гостиницы.Ключевые факторы, влияющие на доходы ресторана. Технологии максимизации ресторана. Возможности оптимизации затрат ресторана. Особенности и концепция управления доходами в ресторанном бизнесе. Методы прогнозирования факторов, влияющих на доходы ресторана

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса

(обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания

Тема 1.1. Гостиничное хозяйство и общественное питание

Вопросы для самоподготовки:

1. Услуги общественного питания в гостинице
2. Гостиничный сервис
3. Стили управления гостиничным и ресторанным бизнесом

Тема 1.2 Управление характеристиками гостиничных продуктов

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность гостиничного продукта

2. Анализ гостиничного рынка
3. Технологии обслуживания

РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания

Тема 2.1 Процесс и функции управления гостиницами и организациями общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Элементы управления организацией
2. Типология организационных структур
3. Сущность делегирования полномочиями

Тема 2.2 Методы управления в гостиницах и организациях общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Организационная структура управления гостинице
2. Организационная структура управления организацией общественного питания
3. Элементы управления гостиницы и организации общественного питания

РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов

Тема 3.1 Подбор персонала в гостиницы и организации общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Что включает в себя трудовой процесс гостиницы и ресторана?
2. Какие особенности трудового процесса ресторана?
3. Управленческий труд

Тема 3.2 Права и обязанности руководителей подразделения

Вопросы для самоподготовки:

1. Как делегируются полномочия?
2. Что входит в права и обязанности руководителей подразделений в гостиницах и ресторанах?
1. Культура управленческого труда

РАЗДЕЛ 4. Управление персоналом гостиниц и организаций общественного питания

Тема 4.1 Понятие и характеристики персонала

Вопросы для самоподготовки:

1. Какова сущность персонала?
2. Как происходит обучение персонала в гостинице?
3. Характеристика отдельных подсистем управления персоналом гостиницы

Тема 4.2 Карьера персонала в гостинице и организации общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Что входит в структуру персонала гостиницы и организации общественного питания?
2. Критерии оценки сотрудников
3. Формирование трудовых коллективов

РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питани

Тема 5.1 Менеджмент деловых совещаний и переговоров в гостиницах и организациях общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. В чём отличие власти от влияния?
2. Что такое личность менеджера?
3. Какова роль менеджера гостиницы и менеджера ресторана.

Тема 5.2 Управление конфликтами в гостиницах и организациях общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Какова личность менеджера?
2. Какова сущность конфликтов?
3. Какие требования существуют к менеджеру гостиницы и ресторана?

РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания

Тема 6.1 Управление сбытовой политикой гостиниц и организаций общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие факторы влияют на принятие управленческих решении в гостиничном бизнесе?
2. Какие функции и виды каналов сбыта услуг в гостиничном бизнесе существуют?
3. Какие основные типы принятия управленческого решения существуют?

Тема 6.2 Менеджмент финансовых ресурсов и доходов в гостиничных организациях и организациях общественного питания

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое управленческое решение?
2. Какие существуют отличительные признаки управленческих решений?
3. Какая управленческая информация, необходима для принятия решений?
4. Какие этапы процесса принятия и реализации управленческого решения существуют?

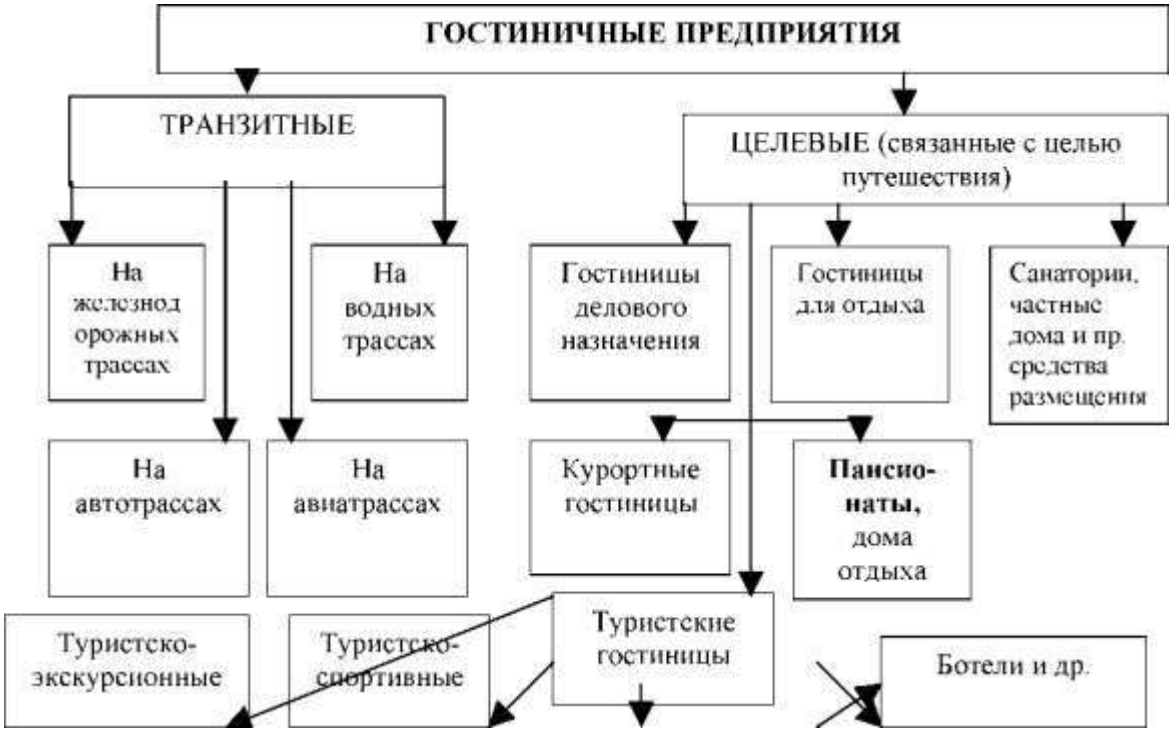
Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания

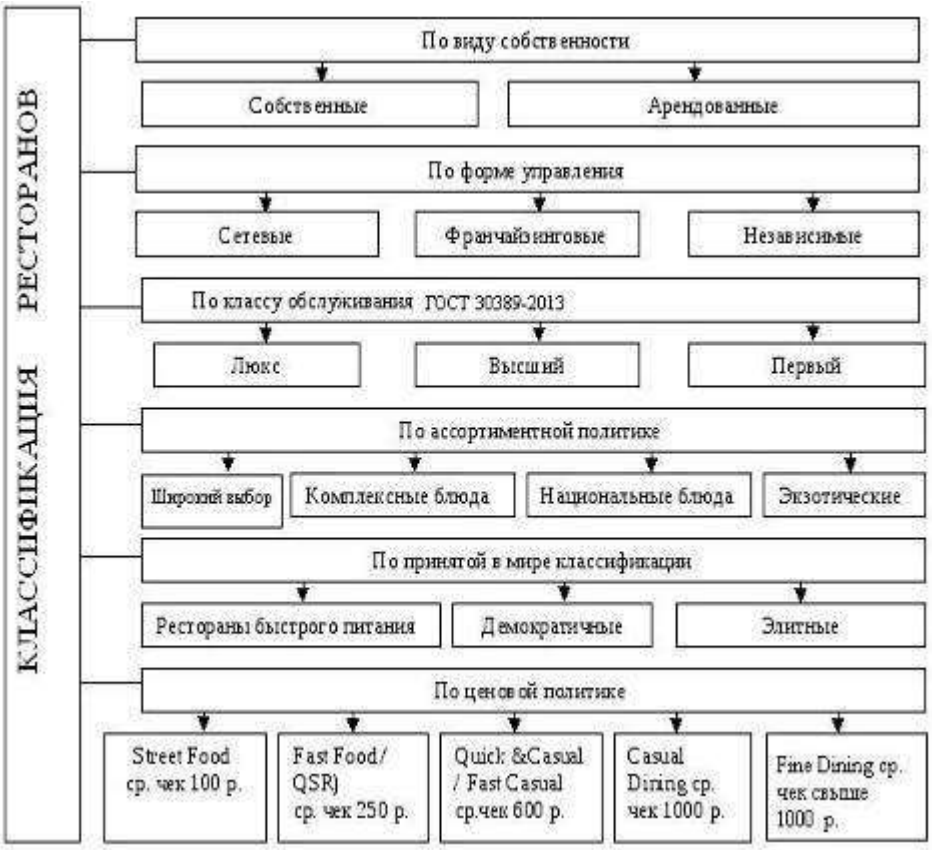
Тема 1.1. Гостиничное хозяйство и общественное питание

Источник: https://present5.com/industriya-gostepriimstva-industriya-gostepriimstva-eto-kompleksnaya/

Источник: https://otvet.mail.ru/question/212800745



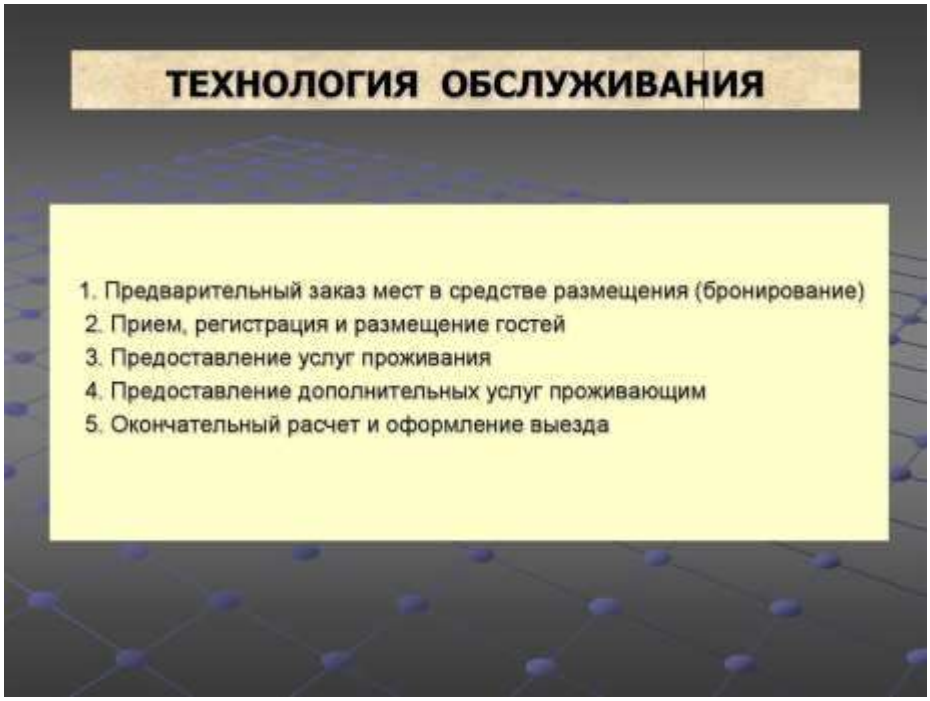
Источник: https://topuch.com/kursovaya-rabota-po-discipline-tehnologiya-obslujivaniya-i-sta/index5.html



Источник: https://mobile.studbooks.net/1389827/tovarovedenie/teoreticheskie_osnovy_deyatelnosti_predpriyatiya_restorannogo_biznesa

Тема 1.2 Управление характеристиками гостиничных продуктов

Источник: https://ppt-online.org/397855



Источник: https://ppt-online.org/521923

Источник: https://lean-kaizen.ru/strategiya-upravleniya-personalom-sfery-gostinichnykh-uslug.html

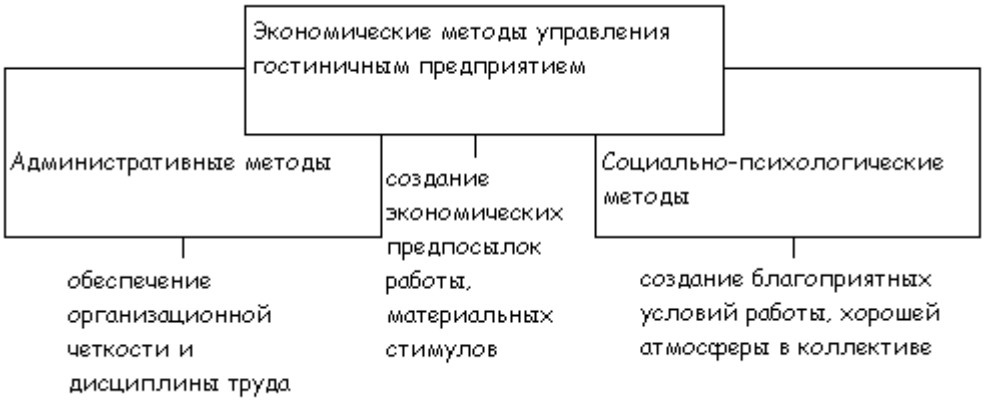
РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания

Тема 2.1 Процесс и функции управления гостиницами и организациями общественного питания

Источние: https://mnogoblock.ru/отделы-общественного-питания-магази/

Источник: https://ppt-online.org/650554

Тема 2.2 Методы управления в гостиницах и организациях общественного питания



Источник: https://studfile.net/preview/8376280/page:7/

Источник: https://slide-share.ru/organizacionnaya-struktura-predpriyatiya-obshchestvennogo-pitaniya-748875

РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов

Тема 3.1 Подбор персонала в гостинийцы и организации общественного питания

Источник: https://zdamsam.ru/a50985.html

Источник: https://thepresentation.ru/menedzhment/gostinichnyy-servis

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

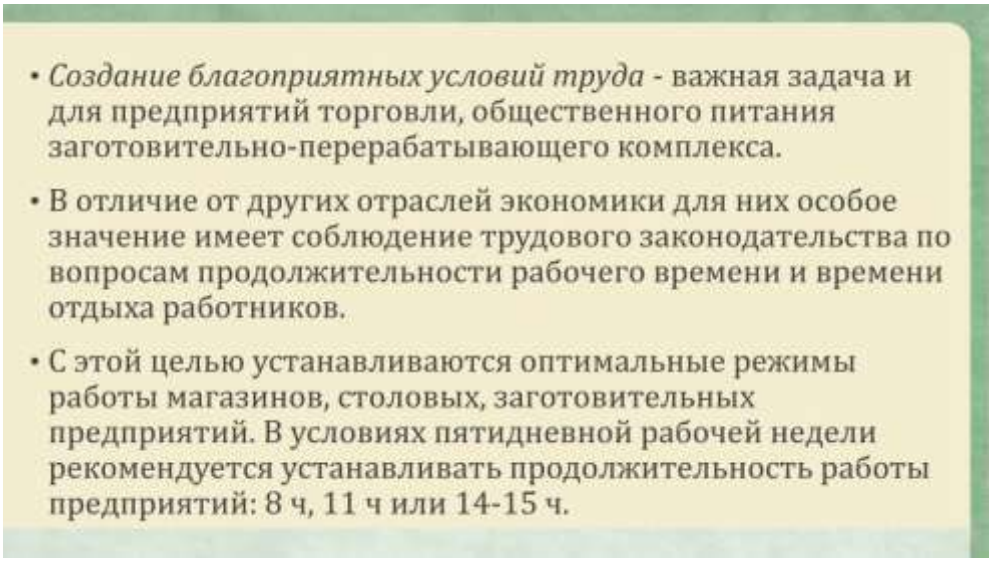
Обслуживание – один из основных критерий в оценке деятельности работников общественного питания.

Метод обслуживания – способ реализации потребителям продукции общественного питания.

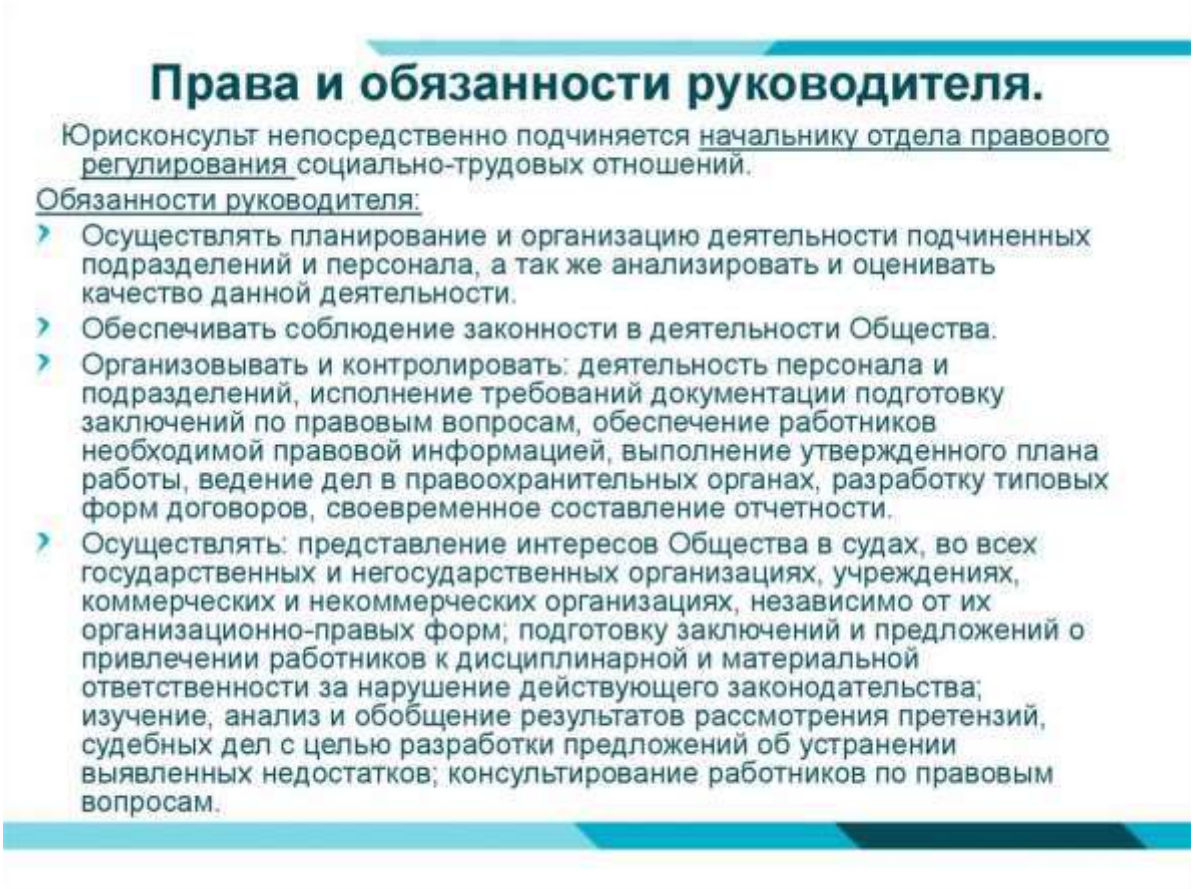
Процесс обслуживания в общественном питании – совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг при реализации кулинарной продукции и организации досуга.

Источник: https://prezentacii.org/prezentacii/prezentacii-raznie/166625-formy-obsluzhivanija-potrebitelej-predprijatij-pitanija.html

Тема 3.2 Права и обязанности руководителей подразделения



Источник: https://www.slideserve.com/zia-wells/5916382



Источник: https://xxx-shoping.ru/права-и-обязанности-магазина/

РАЗДЕЛ 4. Управление персоналом гостиниц и организаций общественного

Тема 4.1 Понятие и характеристики персонала

Основные характеристики персонала

Основные характеристики персонала: численность и структура.

Численность персонала организации бывает нормативная и списочная.

- **Нормативная (плановая)** зависит от характера, сложности, трудоемкости производственных и управленческих процессов, степени их механизации, автоматизации, компьютеризации.
- **Списочная (фактическая) численность** определяется. числом сотрудников, которые официально работают в организации в данный момент.

Структура персонала организации – это совокупность отдельных групп работников, объединенных по какому-либо признаку.

По признаку участия в производственном или управленческом процессе, т.е. по характеру трудовых функций персонал подразделяется на следующие категории :

- **Руководители**, осуществляющие функции общего управления. Их условно подразделяют на три уровня: высший, средний, низовой.
- **Специалисты** – лица, осуществляющие экономические, инженерно-технические, юридические и другие функции.
- **Другие служащие** (технические исполнители).
- **Рабочие**, которые непосредственно создают материальные ценности или оказывают услуги производственного характера.

Источник: https://en.ppt-online.org/565007

Оценка персонала

- В ходе оценки работодатель сравнивает сотрудника, занимающего определенную должность, с созданным идеальным профилем такого специалиста.

- Оценка персонала дает ответы на следующие стратегически необходимые вопросы компании:
- Как находить таланты внутри компании?
- Кого продвигать в кадровый резерв?
- Как создать понятные и измеримые критерии для выдвижения сотрудника на следующий карьерный и профессиональный уровень?
- Какие программы развития и обучения необходимы компании исходя из стратегии ее развития?
- Как удержать талантливых сотрудников?

Источник: https://ppt-online.org/427028

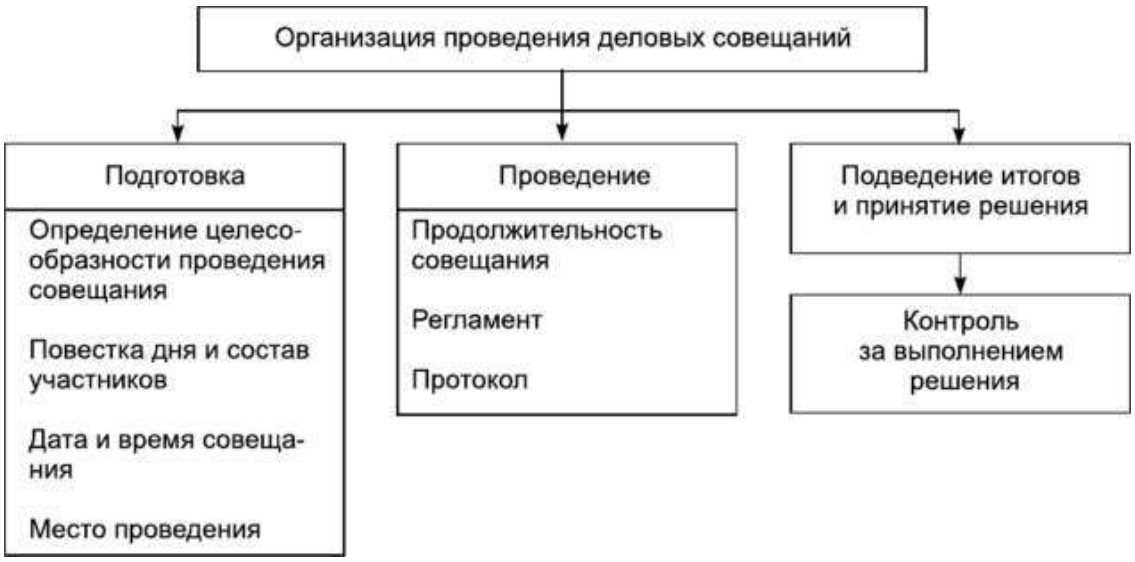
Тема 4.2 Карьера персонала в гостинице и организации общественного питания

Источник: https://ppt-online.org/496955

Источник: https://ppt-online.org/53022

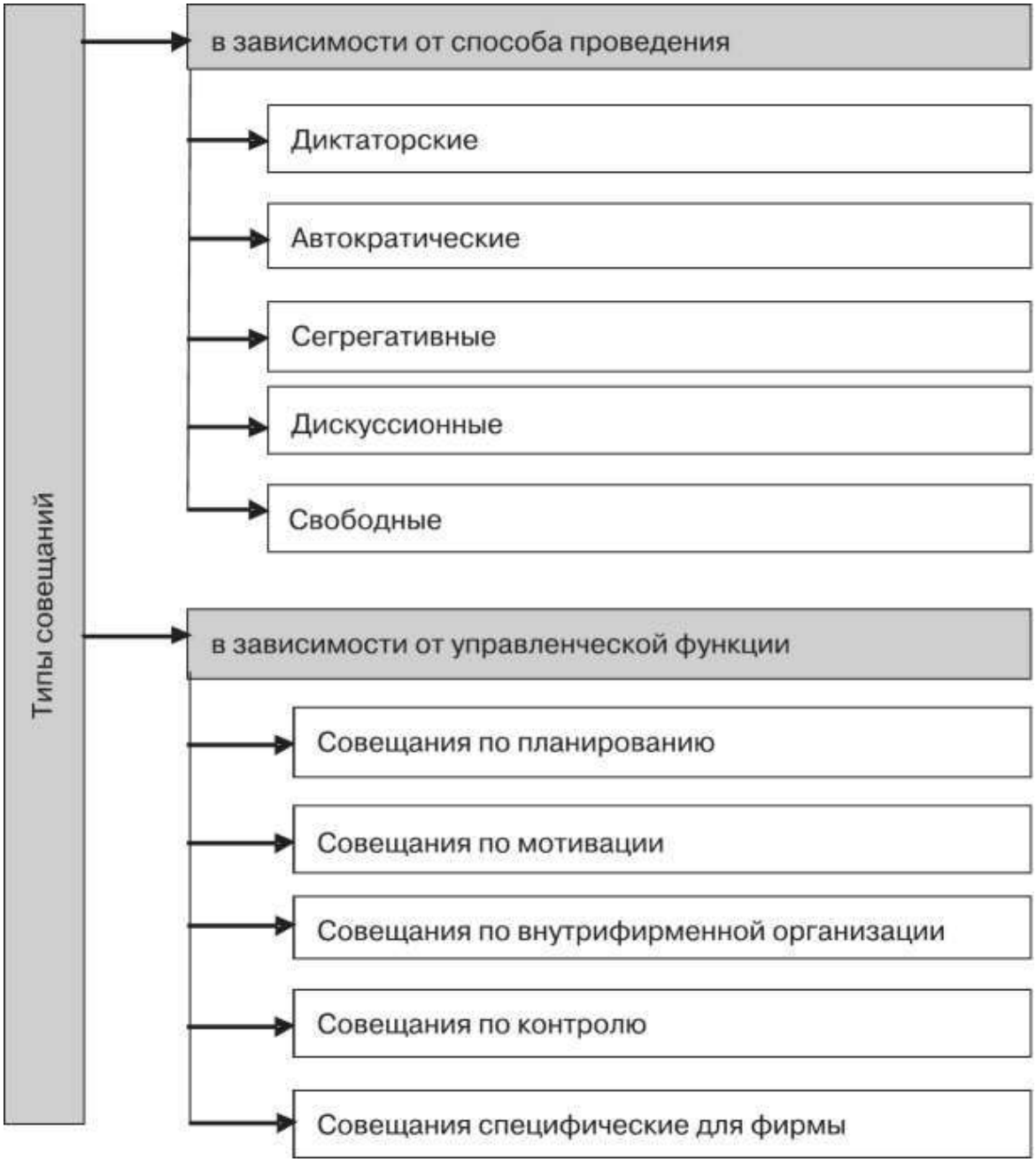
РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питания

Тема 5.1 Менеджмент деловых совещаний и переговоров в гостиницах и организациях общественного питания



Источник: https://bstudy.net/739691/turizm/klassifikatsiya_delovyh_soveschaniy

Источник:
https://studref.com/622157/turizm/opisanie_osnovnyh_sluzhb_gostinichnogo_predpriyatiya



Источник: https://bstudy.net/635641/ekonomika/delovoe_soveschanie

Тема 5.2 Управление конфликтами в гостиницах и организациях общественного питания

Управление конфликтами - это процесс целенаправленного воздействия на персонал организации с целью *устранения (минимизации) причин*, породивших конфликт, или на *коррекцию поведения участников* конфликта в соответствие со сложившимися нормами взаимоотношений.

Управление конфликтом можно рассматривать ***в двух аспектах***:

❖**Внутренний аспект** заключается в управлении собственным поведением в конфликтном взаимодействии.

❖**Внешний аспект** управления конфликтами предполагает, что субъектом управления может выступать ***руководитель***, используя:

- ✓ убеждение, разъяснение, психологическую помощь сотрудникам;
- ✓ исполнение роли эксперта;
- ✓ перемещение и увольнение участников конфликта;
- ✓ поощрение и наказание и др.

Источник: https://ppt-online.org/659939

Источник: https://politike.ru/termin/upravlenie-konfliktom.html

Таблица 4.3 Алгоритм управления конфликтом

Шаг	Содержание деятельности	Способы (методы) реализации
1	Изучение причин возникновения конфликта	Наблюдение, анализ результатов деятельности, беседа; изучение документов; биографический метод, то есть изучение биографических данных участников конфликта и др.
2	Ограничение числа участников	Работа с лидерами в микрогруппах; перераспределение функциональных обязанностей; поощрение или наказание и т. п.
3	Дополнительный анализ конфликта с помощью экспертов	Опрос экспертов; привлечение медиатора, психолога, переговорный процесс (медиация) и др.
4	Принятие решения	Административные методы; педагогические методы

РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания

Тема 6.1 Управление сбытовой политикой гостиниц и организаций общественного питания

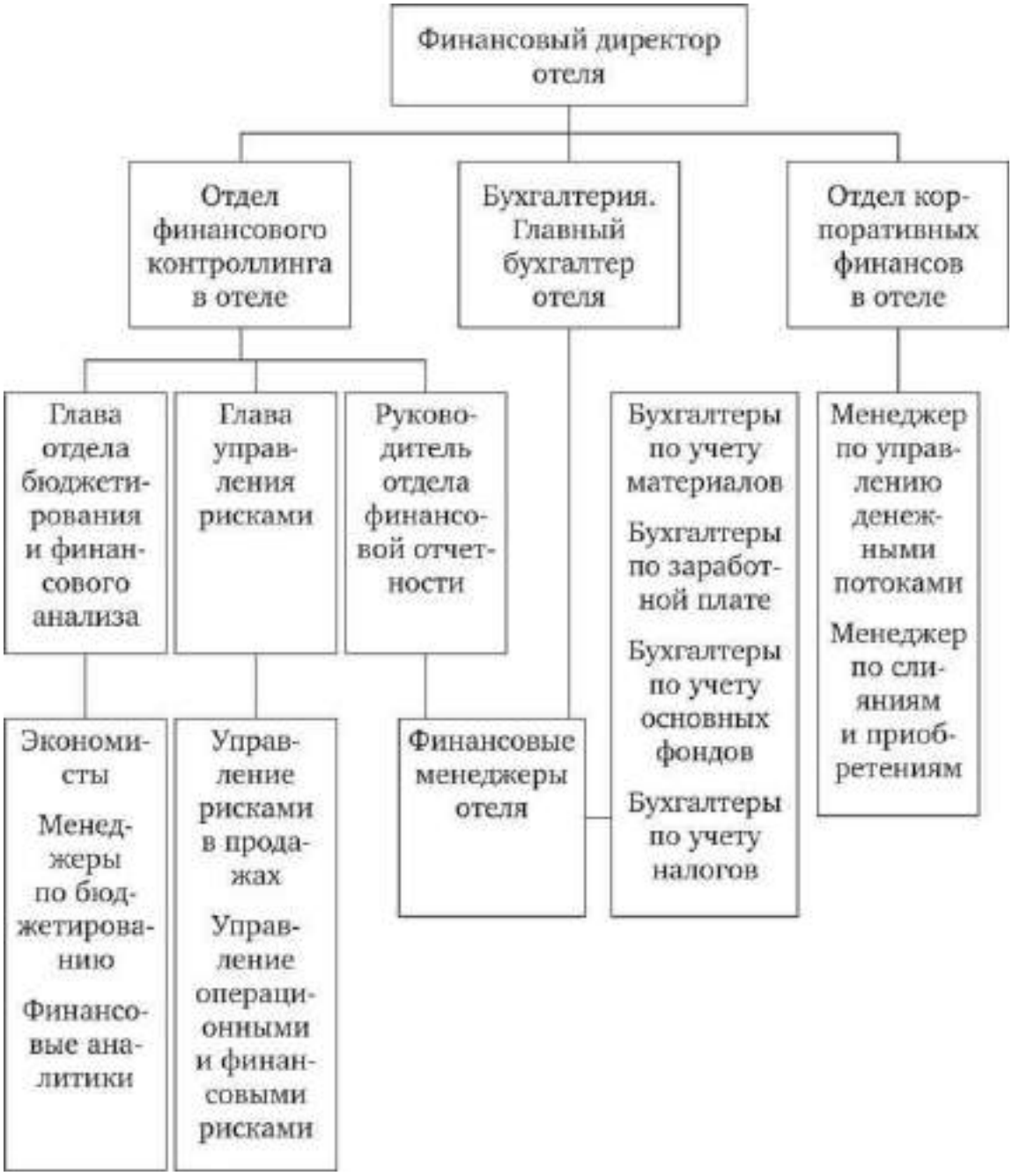
Источник: https://studme.org/166931/turizm/sbytovaya_politika_turistskogo_predpriyatiya

Источник: https://volkoff68.livejournal.com/9040.html

Источник: https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=664451

Тема 6.2 Менеджмент финансовых ресурсов и доходов в гостиничных организациях и

Источник:
https://studme.org/150815/turizm/osobennosti_finansovogo_menedzhmenta_predpriyatiyah_turizma_gostinichnogo_hozyaystva



Источник:
https://studme.org/389465/turizm/finansovoe_nalogovoe_administrirovanie_otelnom_biznese

Источник:
https://studme.org/296112/informatika/informatsionnye_sistemy_menedzhmenta_gostinichno_restorannom_sanatornom_biznese

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для

студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания

Тема 1.1. Гостиничное хозяйство и общественное питание

3. Цели занятия.

-сформировать понимание сущности менеджмента гостиниц и организаций общественного питания

-изучить особенности ресторанного и гостиничного дела

-знать управление эксплуатации здания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность менеджмента гостиниц и организаций общественного питания.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Характер управленческой деятельности в гостиничном хозяйстве и общественном питании.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Инновационный менеджмент гостиниц и организаций общественного питания.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Особенности гостиничного и ресторанного дела.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Структуру рынка услуг предприятий проживания определяют, наряду с предприятиями гостиничного хозяйства, так называемые нетрадиционные, или дополнительные, средства размещения, которые возникли и стремительно развиваются в течение последних 30 - 40 лет, успешно конкурируют с традиционным гостиничным хозяйством и даже создают определенную угрозу его существованию.
Основным отличительным признаком предприятий гостиничного бизнеса является то, что они предлагают полный комплекс услуг по приему, размещению, питанию гостей, обслуживанию их пребывания в гостинице.
Под гостиничной деятельностью в России понимается деятельность юридических и физических лиц (индивидуальных предпринимателей), обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения (вместимостью не мене 10 номеров) по непосредственному распоряжению и управлению им для предоставления услуг по временному размещению (проживанию) и обслуживанию граждан.

В мировом гостиничном фонде выделяются две главные группы гостиниц: для постоянного проживания и для временного проживания. В свою очередь, они подразделяются на:

1) транзитные гостиницы, обслуживающие любой контингент в условиях кратковременной остановки;

2) гостиницы делового назначения, обслуживающие лиц, находящихся в деловых поездках и командировках;

3) гостиницы для отдыха (туристские, курортные и т. п.).

Для всех этих гостиниц разработаны общие обязательные требования на период временного проживания клиентов, наличие условий для размещения, питания, бытового обслуживания, а также специфические требования, обусловленные необходимостью удовлетворять клиентов с учетом их запросов. Различают такие виды гостиниц, как мотель, кемпинг, ротель, флотель, ботель, туристская база, туристский приют. Подробно рассмотрим следующие виды гостиниц:

Акватель - стационарный корабль, изъятый из эксплуатации как транспортное средство, и используется в качестве отеля.

Апарт-отель - отель, состоящий из квартир, цена которых не зависит от числа проживающих в нем гостей. Рассчитан на самообслуживание.

Бизнес-отель - специализированная гостиница для обслуживания бизнесменов.

Ботель - небольшая гостиница на воде, в качестве которой может использоваться соответствующим образом оборудованное судно.

Бунгало - небольшое строение из легких материалов, используемое для размещения туристов. Широко распространено в международных молодежных туристских центрах.

Гостиница конгрессная - гостиница, специализирующаяся на приеме и обслуживании гостей конгрессов и выставок.

Гостиница курортная - гостиница, специализирующаяся на приеме и обслуживании туристов, прибывших в данное место в целях отдыха и рекреации.

Мотель - гостиница, расположенная вблизи автомобильной дороги. Придорожный отель, в котором кроме комфортабельных номеров, автотуристам предоставляются места для стоянки автомашин с соответствующим обслуживанием.

Отель - традиционный тип гостиничного предприятия, располагающийся, как правило, в крупном городе или значительном рекреационном месте, имеющий большой штат обслуживающего персонала, предоставляющий широкий набор дополнительных услуг и высокий уровень комфорта.

Пансион - предприятие размещения, получившее широкое распространение в мировой практике. Проживание в пансионе обходится гораздо дешевле, чем в обычных гостиницах. Он не попадает под категорию звездности, так как не обязан соответствовать стандартам, это свободная фирма. проживание гостиничный хозяйство отель

Ротель - передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- или двухместными номерами - спальными отсеками, в которых имеются также помещения для переодевания, общая кухня и общий туалет.

Фотель - плавающая гостиница, большой отель на воде, специально оборудованное судно. Иногда его называют «курортом на воде». Кроме комфортабельных номеров, здесь туристам предоставляется большой набор услуг активного отдыха: бассейны, тренажерный зал, видеотеки, водные лыжи, оснащение для подводного плавания и т. п.

На сегодняшний день существует более тридцати систем классификации гостиниц. Самыми распространенными классификациями являются: система звезд, применяемая во Франции, в Австрии, Венгрии, Египте, Китае и ряде других стран; система букв, используемая в Греции; система «корон», характерная для Великобритании; система разрядов и другие.

Наиболее распространенной системой классификации в мире является Французская национальная система. Она устанавливает для туристских отелей шесть категорий, среди которых пять с присвоением определенного количества звезд (1*, 2*, 3*, 4*, 5*). Минимальные требования на присвоение одной из категории:

- количество комнат;

- общие помещения;

- оборудование отеля;

- комфортность жилья;

- обслуживания;

- доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью.

По типу французской классификации в Европейских странах выделяется немецкая классификация, согласно которой, гостиничные предприятия делятся на 5 классов. Туристский класс - 1*; стандартный класс- 2**; комфортный класс - 3***; первый класс - 4****; люкс - 5*****.

Кроме традиционных звезд существуют системы «букв» и «корон». В Греции пользуется популярностью буквенная система классификации, хотя на фасадах гостиниц можно увидеть и привычные звезды. Все греческие гостиницы делятся на четыре категории: A, B, C, D. Гостиницы категории А соответствуют четырехзвездочному уровню, В - трехзвездному, С - двухзвездному. Гостиницам высшей категории в Греции нередко присуждается категория «de Luxe».

Но наиболее правильной считается классификация, предложенная Ассоциацией британских турагентств:

- бюджетные гостиницы (1 звезда) расположены в центральной части города и имеют минимум удобств;

- гостиницы туристского класса (2 звезды) располагают баром и рестораном;

- гостиницы среднего класса (3 звезды) имеют достаточно высокий уровень обслуживания;

- гостиницы первого класса (4 звезды) предлагают очень высокое качество проживания и отличный уровень обслуживания;

- гостиницы высшей категории (5 звезд) имеют уровень обслуживания и проживания экстракласса.

В России до 1994 года классификация гостиниц осуществлялась в соответствии с «Положением об отнесении гостиниц к разрядам и номеров в гостиницах к категориям». Данное «Положение» распространялось на все гостиницы и мотели, независимо от их ведомственной подчиненности, и предполагало подразделение гостиниц на семь разрядов: «Люкс», «Высший А», «Высший Б», 1, 2, 3, 4; мотелей - на пять разрядов: «Высший А», «Высший Б», 1, 2, 3. Для номеров предусматривалось пять категорий: высшая, 1, 2, 3, 4.

В 1994 году В РФ были разработаны «Положение о критериях классификации гостиниц», «Критерии классификационных требований к гостиницам (мотелям) Российской Федерации», а также принят Приказ Минкультуры России от 3 декабря 2012 г. N 1488 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».

Несмотря на различные классификации, обслуживание во всем мире должно соответствовать заявленной категории. Специалисты раскрывают обслуживание по звездам следующим образом:

Однозвездный отель: Туристические фирмы почти не предлагают такие гостиницы для размещения, в основном, останавливаются в них самостоятельные путешественники. Расположены такие гостиницы обычно на окраине, или рядом с центром, но в неприглядном месте. Как правило, это очень маленький отель, на 6-10 номеров, который обслуживает одна семья. Питание здесь не предполагается, вход после часа ночи запрещен. В маленьком номере - две кровати, тумбочка и стул.

Двухзвездный отель: У таких гостиниц - удобств больше. Турфирмы предлагают размещение в таких отелях чаще всего на экскурсионных маршрутах, когда туристу нужны только постель и завтрак. Обстановка в номере - кровать, стол, стул, возможно, раковина. Иногда уровень двух звезд подразумевает наличие удобств в виде душа и телевизор, за пульт, от которого придется заплатить. Ограничений на вход в ночное время нет. Завтрак обычно присутствует.

Трехзвездный отель: Отели, близкие по стандартам к трехзвездной категории - оптимальный выбор для большинства постоянно путешествующих. Это самая распространенная во всем мире разновидность отелей. В номере такой гостиницы должны быть все удобства: телефон, телевизор, возможно, мини-бар. Номера бывают одноместные и двухместные как с одной большой кроватью, так и с раздельными. Есть трехместные номера для родителей с ребенком: обычно это двухместный номер с дополнительной кроватью или с раскладывающимся диваном. Сервис гостиниц различных стран мира может значительно отличаться друг от друга. Например, в Европе в отеле три звезды - меньше услуг, чем в греческих трехзвездных отелях. У них существуют определенные закономерности: обычно, чем выше комфорт и чем больше предоставляемых дополнительных услуг, тем дальше от центра располагается гостиница.

Четырехзвездный отель: Это отели с высоким уровнем сервиса, рассчитанные на людей, чьи заработки по европейским стандартам средние и выше среднего. Четырехзвездную гостиницу отличает повышенный уровень комфортности и удачное месторасположение, она может располагаться в центре города или на первой линии пляжа. Обязательно должна быть охраняемая автостоянка. У больших отелей есть свои такси и микроавтобусы. Эта категория предполагают множество дополнительных бесплатных услуг, возможность пользоваться тренажерными залами, кортами и бассейнами и различными отельными шоу, например, дискотеками. В четырехзвездном отеле номер меблирован как обычная жилая комната, со стандартной бытовой техникой. Цветной телевизор с дистанционным управлением, холодильник, мини-бар, кондиционер, охранная система, мини-сейф, обязательно телефон с выходом на межгород. В некоторых отелях предоставляют термопресс для глажения, и есть система дистанционного управления светом. В таких отелях можно заказать как стандартный одноместный или двухместный номер, так и номера с улучшенной планировкой, которая предполагает не только спальню, но и гостиную или кухню.

Пятизвездный отель - это город со всей необходимой для жизни инфраструктурой. В отелях есть несколько ресторанов (с европейской и национальной кухней), баров, ночной клуб и

магазины. А также парикмахерские и прачечные, фитнес и бизнес центры, бассейны и косметические кабинеты. Номера в них бывают самые разные: от одноместных с одной кроватью до многокомнатных апартаментов. Самый скромный номер в пятизвездной гостинице - одноместный с одной двуспальной кроватью. Далее следуют двухместные, они бывают двух разновидностей: с двумя кроватями или с одной большой. Выше по рангу стоит двухместный номер, который может быть и двухэтажный, обычно со спальней или спальнями наверху. Есть двухъярусные номера, включающие в себя 2-3 спальни, пару гостиных и кабинетов и комнаты для прислуги или охраны (их называют королевскими). Для деловых людей в некоторых пятизвездных отелях есть бизнес номера - с многоканальной телефонной связью, компьютером, факсом и комнатой для переговоров.

Таким образом, гостиничное хозяйство является достаточно многообразным и сложным для выработки единых подходов к управлению и развитию. Помимо определения структуры гостиничного хозяйства в целях выработки плана развития отдельного гостиничного предприятия требуется понимание функций гостиниц в экономике.
Источник: https://otherreferats.allbest.ru/sport/00832180_0.html
ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ — отрасль народного хозяйства, призванная обеспечить население полноценным питанием. Оно освобождает трудящихся от непроизводительного труда в домашнем хозяйстве, увеличивает свободное время.
Основным показателем деятельности предприятий общественного питания является товарооборот, который включается в розничный товарооборот страны.
Товарооборот общественного питания подразделяется на оборот по продукции собственного производства и оборот по покупным товарам. К продукции собственного производства относится продукция, изготовленная на предприятии или подвергшаяся какой-либо обработке. Общественное питание выполняет производственные, торговые функции и функции услуг, связанных с организацией питания. Все более важную роль в развитии общественного питания играют крупные механизированные предприятия (фабрики-заготовочные, фабрики-кухни, кулинарные фабрики), изготовляющие индустриальными методами готовые блюда с их расфасовкой и доставкой специализированным транспортом в предприятия-доготовочные, обслуживающие население.

В таком важном сегменте индустрии туризма, как организация питания, тоже есть свои плюсы и минусы. Развитие отечественного предпринимательства положительно отразились в сфере общественного питания. В последние годы открыто много небольших предприятий различного уровня, удовлетворяющих спрос на услуги питания, а также кейтеринговые услуги. Значительную роль стали играть западные ресторанные сети, привнесшие современные технологии, тиражируемые через систему франчайзинга. Говоря о фирмах, специализирующиеся на общественном питании, следует отметить, что показателем успеха распространения стандартных услуг компании «Мак Доналдс» может служить открытие к началу 2005 г. несколько фирменных ресторанов. Кроме того, ресторанная цепь «Мак Доналдс» более адаптирована к местной конъюнктуре, прежде всего, в ценовой политике, учитывающей платежеспособный спрос не только западного, но и отечественного потребителя, что оказывает благотворное влияние и на локальные ресторанные цепи типа франчайзинговой «Росинтер Ресторане» с сетью «Патио Пицца», «Ростикс», «Фрайдейс» др. Это в значительной степени способствует и выравниванию цен в отечественных локальных. Однако подавляющая часть предприятий общественного питания не способна обслуживать клиентов по кредитным картам,

что отрицательно сказывается на уровне генерации налогооблагаемой базы. Близок к отрасли питания такой элемент индустрии туризма как аттракции. Не считая предприятий игорного бизнеса, а также отдельных спортивных площадок для элитных видов спорта (теннис, гольф, верховая езда), крупных массовых объектов современной индустрии развлечения (аквапарков, тематических парков и иных) — в Молдове почти не создано, и предпосылок к их созданию нет преимущественно по причинам отсутствия инвестиций. Индустрия парков культуры и отдыха разрушена и находится в неудовлетворительном состоянии. В системе туристского образования (или культуры) пока отсутствуют профессии аниматоров (менеджеров турразвлечений).
Источник:https://ronl.org/doklady/fizra_i_sport/841015/

Вопросы к обсуждению:
1. Какие виды гостиниц существуют?
2. Минимальные требования для гостиниц первой категории
3. Какова сущность общественного питания?

1. Гостиничный менеджмент
2. РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания
Тема 1.2 Управление характеристиками гостиничных продуктов
3. Цели занятия.
-сформировать понимание сущности гостиничного продукта
-изучить потребительское поведение на гостиничном рынке
-знать технологии обслуживания
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и специфика продукта гостиничного продукта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Участие потребителя в предложении гостиничного продукта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Структура и уровни гостиничного продукта	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
4	Формирование характеристик продуктовой номенклатуры гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В управлении гостиницами широко используется термин «гостиничный продукт», позволяющий подчеркнуть комплексный характер гостиничного предложения. Этот подход приемлем с точки зрения экономической теории, где «продукт» определяется как «результат» человеческого труда, хозяйственной деятельности, представленный в материально-вещественной, духовной, информационной форме, либо в виде выполненных работ и услуг.

В России с июля 1994 года введён в действие ГОСТ Р. 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения». В соответствии с этим документом под услугой понимается результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные и социально-культурные. Материальная услуга - это услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг. Материальная услуга обеспечивает восстановление изменение, сохранение, потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам граждан, а также перемещение грузов и людей, создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые услуги, связанные с ремонтом и изготовлением изделий, жилищно-коммунальные услуги, услуги общественного питания, услуги транспорта и пр.

Социально-культурная услуга - это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурная услуга обеспечивает поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. К социально-культурным услугам могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и пр.

По определению известного американского специалиста по маркетингу Ф. Котлера, услуга - это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой, и которые в основном неосязаемы. Производство услуги может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде. Услуга - это целесообразная трудовая деятельность, результат которой выражается в удовлетворении каких-либо потребностей человека. Особенность услуги заключается в том, что она может быть представлена в вещной форме, либо в процессе функционирования живого труда.

В одной из работ услуга определяется как действие, осуществляемое неким юридическим или физическим субъектом в отношении другого субъекта и преследующее цели извлечения материальной или нематериальной, прямой или косвенной выгоды. Большинство экономистов ссылается при определении понятия «услуга» на определение, данное К. Марксом в первом

томе «Капитала»: «услуга есть не что иное, как полезное действие потребительной стоимости - товара ли, труда ли». Приведенное определение лишь частично приемлемо для современности. Развернутое определение понятия «услуга» можно сформулировать следующим образом: «услугой следует считать часть непроизводственной или материально-производственной деятельности, которая заключается в полезном действии в оказании материальных услуг, включающих производство продукции и ее ремонт, либо заключается в удовлетворении непроизводственных личных потребностей населения, в том числе духовных и эстетических». Гостиничный продукт и гостиничная услуга два неразрывных понятия, так как одно без другого не имеет места быть. Гостиничный продукт - это комплекс услуг, но имеет отличие от товара по следующим критериям:

Гостиничный продукт имеет четыре характеристики, отличающие гостиничную услугу от товара:

Первое, неосязаемость услуг, их неуловимость или нематериальный характер означает, что их невозможно продемонстрировать, увидеть, транспортировать, хранить.

Второе, неразрывность производства и потребления - оказать услугу можно только тогда, когда появляется клиент. С этой точки зрения производство и потребление услуг тесно взаимосвязаны и не могут быть разорваны.

Третье, изменчивость - качество оказания услуг варьируется и зависит от уровня профессионализма производителя, его компетентности, доброжелательности, вежливости и коммуникабельности его персонала, а также от учета индивидуальных требований каждого покупателя.

Четвёртое, неспособность к хранению - услуги невозможно произвести впрок или складировать, возникает проблема достижения равновесия между спросом и предложением.

Однако гостиничному продукту, наряду со специфическими характеристиками услуг, присущи отличительные особенности: Ситуационность гостиничной услуги, предоставляемой единовременно и меняющей характеристики при повторном обращении к услуге.

Индивидуальность услуги, поскольку даже в условиях массовой организации гостиничного продукта отель готов выполнить индивидуальные запросы клиента. Различность свойств потребительской стоимости гостиничных продуктов, поскольку при принятии решения о покупке гостиничного продукта сам он еще не имеет четких качественных характеристик, они будут выявлены лишь при получении услуги. Неопределенность и относительная анонимность источника комплекса услуг, которые будут оказаны туристу, поскольку гостиничные услуги оказываются самыми различными предприятиями и учреждениями; ему известна лишь турфирма, продавшая турпродукт, гарантировавшая определенные гостиничные услуги, которые еще будут предоставлены. Покупатель преодолевает расстояние, отделяющее место приобретения продукта от места его потребления, следовательно, гостиничные услуги могут быть реализованы только тогда, когда потребитель будет доставлен в место их производства.

Образование дохода потребителей, предназначенного для приобретения гостиничного продукта, регулируется условиями страны постоянного проживания, хотя сам процесс потребления формируется условиями стран временного пребывания или мировыми ценами.

Потребление туристов включает блага, получаемые как бесплатно, так и реализуемые на месте. В процессе туризма потребитель несет расходы как на удовлетворение потребностей, не зависящих от пребывания вне дома, так и вызванные самим путешествием. Процесс потребления туриста всегда ограничен во времени и пространстве большое значение имеет фактор сезонности. Неопределенность и субъективность критериев качества гостиничного продукта, которое, помимо прямых показателей, зависит от ряда переменных. Значительное

влияние на качество гостиничного продукта оказывают внешние факторы, имеющие форс-мажорный характер, то есть не зависящие от воли и действий продавца и покупателей.
Можно выделить и ряд свойств гостиничного продукта:
Гостеприимство, включает достоинство, уважение и любезность персонала;
Обоснованность, предоставление всех услуг должно соответствовать цели путешествия туриста;
Надежность, соответствие фактически предоставляемого туристу продукта рекламе, достоверность информации;
Эффективность, достижение наибольшего эффекта для туриста при минимизации его расходов;
Целостность, завершенность гостиничного продукта;
Ясность, потребление гостиничного продукта, его направленность, должны быть понятны и туристу, и производителю;
Простота в эксплуатации - возможность легко обнаруживать ошибки в технологии обслуживания;
Гибкость, гостиничный продукт должен предусматривать возможность замены тех или иных услуг, чтобы быть ориентированным на разных потребителей;
Полезность, способность служить достижению какой-либо цели, удовлетворять потребности определенной целевой группы потребителей.
В основе любого продукта лежит необходимость удовлетворения какой-либо потребности, поэтому сущность продукта составляет замысел, то есть направленность товара на решение определенной проблемы, удовлетворение конкретной нужды потребителя. Следовательно, для администрации отеля большое значение имеет представление и распространение не свойств самого продукта, а реальной пользы от него для потребителя.
На этом этапе гостиничный продукт для потребителя еще не существует, клиент анализирует продукты, которые предлагают ему различные отели, на предмет реальной пользы и выгоды для себя. На первом этапе формируется содержательная сторона продукта, оговаривается полный набор услуг, в сознании потребителя идет сравнительный анализ предполагаемых выгод и фактической стоимости предполагаемого продукта.
Если замысел продукта выступает как его содержание, то его форма в реальном исполнении - именно определенный набор свойств, позволяющих реализовать этот замысел, то есть удовлетворить какую-то потребность гостя. На этом этапе продукт существует реально, и потребитель может конкретно оценивать его свойства и характеристики, преимущества и недостатки. Поэтому на втором уровне продукта рассматриваются его свойства и характеристики, такие как уровень качества, комфорт, престиж, безопасность, экономичность.
Подкрепление гостиничного продукта подразумевает особенности обслуживания, консультации и информацию, что в значительной степени способствует поиску и сохранению потенциальных клиентов. Это может быть достигнуто путем высокого качества и скорости обслуживания, грамотными и полными консультациями, неформальным общением с клиентом, благожелательным отношением. С точки зрения конкуренции идея подкрепления продукта позволяет персоналу отеля выявить возможности совершенствования продукта наиболее эффективным способом.
Интересный взгляд на структуру гостиничного продукта предлагают Н.И. Кабушкин и Г.А. Бондаренко. Они выделяют четыре уровня гостиничного продукта, «Ядро» - родовой продукт, включает базовые умения и процессы, необходимые для участия в рыночном процессе. В гостиницах это здание, номера, меблировка, коммуникации. «Ожидаемый продукт» продукт, удовлетворяющий минимальные ожидания клиентов. Он включает в себя то, что

непосредственно сопутствует родовому продукту: время и условия обслуживания, интерьер номеров, соблюдение санитарно-гигиенических норм.
«Расширенный продукт» представляет собой дополнительные преимущества перед другими рыночными аналогами. Это может быть и место расположения, и дополнительные услуги. «Потенциальный продукт» в отличие от расширенного, который фиксирует только то, что уже сделано, он содержит все, что потенциально достижимо и реализуемо в перспективе привлечения и удержания гостей. Преуспевающие предприятия постоянно находятся в процессе поиска удачного потенциального продукта.
С точки зрения бизнеса гостиница является коммерческим производством, предлагающим на рынке свой продукт в виде комплекса материальных благ и услуг. Этот продукт, приобретается клиентом посредством обменных сделок, причем покупка не подразумевает владение, не принимает предметной формы. Доступ к продукту и его использование осуществляются в определенное время и в определенном месте.
Исполнение услуг происходит в гостинице, на территории производителя с активным участием и взаимодействием потребителя с исполнителем, при их непосредственном контакте. Поэтому качество гостиничного продукта в значительной мере определяется персоналом гостиницы, особенно той части персонала, которая непосредственно контактирует с туристом поэтому не может быть оценена заранее.
Таким образом, гостиничная услуга определяется как процесс взаимодействия потребителя и исполнителя, с целью удовлетворения потребностей гостя в размещении, питании и дополнительных услугах, а также получении прибыли. Гостиничный продукт - результат хозяйственной, интеллектуальной, сервисной деятельности исполнителя, создаваемый для удовлетворения потребителя в процессе оказания услуги.
Источник:
https://studbooks.net/742222/turizm/teoreticheskie_aspekty_formirovaniya_gostinichnogo_produkta

Вопросы к обсуждению:
1. Какие есть четыре характеристики, отличающие гостиничную услугу от товара?
2. Свойства гостиничного продукта
3. Что значит «расширенный продукт»?

1. Гостиничный менеджмент
2. РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания
Тема 2.1 Процесс и функции управления гостиницами и организациями общественного питания
3. Цели занятия.
-изучить структуру управления организацией
-изучить требования к структуризации управления
-знать сущность делегирования полномочиями
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Структура управления организацией и ее элементы	Информационная лекция

		Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Требования к структуризации управления	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Общая типология организационных структур и их характеристика	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Понятие и принципы делегирования полномочий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Функции управления

Управление рассматривается как процесс, серия непрерывных взаимосвязанных управленческих функций. Каждая управленческая функция также является процессом, поскольку тоже состоит из серии взаимосвязанных действий. Процесс управления гостиничным комплексом является общей суммой всех функций.

Процесс управления гостиничным комплексом имеет четыре взаимосвязанные функции: планирование, организацию, мотивацию и контроль.

Планирование

Планирование - это основная функция управления гостиничным комплексом, это вид деятельности по формированию средств воздействия, обеспечивающих достижение поставленных целей. Планирование применяется к важным решений, определяющих дальнейшее развитие гостиничного комплекса.

Сущность планирования проявляется в конкретизации целей развития всего гостиничного комплекса и каждого его подразделения в отдельности на установленный период: определение хозяйственных задач, средств их достижения, сроков и последовательности реализации, выявление материальных, трудовых и финансовых ресурсов для решения поставленных задач.

Планирование дает возможность заблаговременно учесть внутренние и внешние факторы, обеспечивающие благоприятные условия для нормального функционирования и развития гостиничного комплекса.

Область деятельности, называемая менеджментом, может быть разделена на отдельные функции, которые сосредоточены в трех основных группах:

• общее управление (установление нормативных требований и поли–тики управления, политики инноваций, планирование, организация работы, мотивация, координация, контроль, ответственность);

• управление структурой предприятия (его создание, предмет дея–тельности, правовые формы, связи с другими предприятиями, тер–риториальные вопросы, организация, реконструкция, ликвидация);

• конкретные области управления (производство, маркетинг, кадры, финансы, основные фонды).

Таким образом, функция управления – вид деятельности, основанный на разделении и кооперации менеджмента и характеризующийся опреде–ленной однородностью, сложностью и стабильностью воздействий на объект со стороны субъекта управления.

Планирование в гостинице включает в себя следующее:

• разработка стратегии, согласованной с маркетинговыми страте–гиями, и анализ конъюнктуры туристического рынка;

• определение экономических факторов, влияющих на эффектив–ность и полноту осуществления гостиничного менеджмента;

• составление бюджетного плана и формирование ценовой политики;

• долгосрочное и краткосрочное планирование деятельности струк–турных подразделений гостиницы;

• оценка рисков, сопутствующих гостиничному бизнесу;

• планирование загрузки номерного фонда, посадочных мест на пред–приятиях питания, анимационных и лечебно-оздоровительных цен–тров и транспортных средств.

Организация

Это вторая функция управления, нацеленная на упорядочение дея–тельности менеджера и исполнителей. Если функция планирования отве–чает на вопросы, что включать в план, что предпринять, что предвидеть и т. д., то функция организации ставит вопросы, кто и как будет органи–зовывать выполнение плана. Таким образом, выполнение данной функ–ции связано с четким осуществлением деятельности как самим менедже–ром, так и его подчиненными. Для этого в гостинице в соответствии с основными направлениями деятельности формируется функциональная организационная структура, которая включает в себя следующее:

• организация управления персоналом гостиницы;

• обеспечение информационными, материальными, финансовыми и временными ресурсами;

• организация функционирования инженерно-технических комму–никаций;

• обеспечение кадрами, обучение и развитие кадрового состава;

• обеспечение информационного, экономического, эстетического, бытового и психологического комфорта.

Подбор кадров

Функция управления, нацеленная на решение важнейших задач кад–рового направления, включает в себя отбор и прием на работу сотрудни–ков наиболее квалифицированных и соответствующих требованиям стандартов гостиничной индустрии. Особенность данной

функции в ме–неджменте гостиницы состоит в том, что управляющий и обслуживаю–щий персонал работают в системе «человек – человек».

Мотивация

Под мотивацией понимают процесс стимулирования работников на деятельность, направленную на достижение индивидуальных и общих целей предприятия. Для намеренного воздействия на людей применяют–ся методы принуждения и поощрения (политика кнута и пряника). Одна–ко не всегда экономические и административные методы срабатывают эффективно. Теоретики менеджмента разрабатывают новые способы мо–тивации к труду, опираясь на психологические мотивы.

Методы мотивации воспринимаются разными людьми по-разному. Одни предпочитают моральные, другие – материальные стимулы. Ос–новные способы мотивации труда объединяются в пять относительно са–мостоятельных направлений:

1) материальное стимулирование;
2) улучшение качества рабочей силы;
3) совершенствование организации труда;
4) вовлечение персонала в процесс управления;
5) неденежное стимулирование.

Координация и регулирование

При помощи этой функции решаются задачи, связанные с разделением труда в аппарате управления гостиничным предприятием. Цель координации и регулирования – установление взаимодействия в работе всех подразделений, руководителей и специалистов, а также устранение по–мех и отклонений от заданного режима работы.

В гостиницах иногда непредвиденно возникает необходимость кон–центрировать материальные, трудовые и финансовые ресурсы на особо важных участках. В связи с этим случаются отклонения от первоначально заданных условий. Например, к отклонениям могут привести перебои в снабжении, нарушения персоналом трудовой дисциплины, нехватка финансовых средств, временных ресурсов, электроэнергии и др. Нару–шения координации приводят к тому, что руководители не знают о рабо–те друг друга и действуют обособленно.

Координация в гостинице должна осуществляться с помощью сове–щаний, контактов менеджеров дежурных служб при проведении пере–сменок или во время личного общения руководителей, связанных с со–гласованием рабочих планов и внесением в них корректив, а также когда необходимо согласование работы между исполнителями.

Контроль

Контроль – это функция управления, при помощи которой гостиничное предприятие обеспечивает достижение своих целей. Под контролем понимают не стремление менеджера уличить кого-либо в неверных действиях, поступках или ошибках, а своевременное превентивное обнаружение возможных отклонений. Американский исследователь Р. Уотермен назвал контроль искусством управления. Назовем объекты контроля внутри гостиницы:

• оценка достигнутых результатов промышленной деятельности;
• оценка персонала и система его поощрения и информирования;
• соблюдение стандартов технологии обслуживания, внешнего вида персонала и стандартов поведения;
• инженерно-технические системы и оснащение (газ, вода, электроэнергия).

Оценка

Эта функция менеджмента обозначает степень фактического достижения запланированных целей. Оценка обозначает и пересмотр при необходимости модификаций целей, служб гостиницы как информационных, так и производственных.

Функция мотивации

Основными функциями мотивации являются:

• побуждение к действию,

• направление деятельности,

• контроль и поддержание поведения.

Побуждение к действию. Мотивы - это то, что заставляет человека действовать или является стимулом к действию. В этом смысле человек, активно действующий для достижения определенной цели, которая позволит ему удовлетворить какую-либо потребность, будет рассматриваться как мотивированный, а пассивный, равнодушный или бездействующий - как немотивированный или обладающий низкой мотивацией.

Направление деятельности. Люди постоянно принимают решения о том, как они будут достигать своих целей. Например, голодный человек может сделать выбор между тем, чтобы пообедать дома, на работе или перекусить на улице. Человек, испытывающий чувство одиночества, может выбирать между разными друзьями или разными компаниями. Работник, стремящийся произвести благоприятное впечатление на своего руководителя, также может выбирать разные варианты: работать особенно усердно над важной задачей, оказать руководителю какую-то услугу или польстить ему. Все эти действия имеют нечто общее - они представляют собой некоторые выборы, которые направляют усилия человека на достижение определенной цели, позволяющей удовлетворить соответствующую потребность.

Контроль и поддержание поведения, направленного на достижение цели, выражается в определенной настойчивости в достижении этой цели. Мотивация делает человека пристрастным, заинтересованным. Так человек, поведение которого определяется денежной мотивацией, стремящийся к зарабатыванию денег, в разных ситуациях и при разных обстоятельствах будет действовать в соответствии с этой доминантой. Поставленные перед ним задачи или открывающиеся возможности он будет рассматривать преимущественно с точки зрения возможности зарабатывания денег.

Высокая отдача от работников возможна лишь в том случае, если они будут заинтересованы в конечном результате и будут положительно относиться к выполняемой работе. Это возможно лишь тогда, когда процесс работы и конечные ее результаты позволяют человеку удовлетворить важнейшие из его потребностей. То есть тогда, когда он имеет высокий уровень трудовой мотивации. Руководителю, желающему воздействовать на трудовую мотивацию подчиненных, в этой работе необходимо сделать пять шагов для того, чтобы добиться желаемого результата:

Шаг 1. Оценка потребностей работников, определяющих их рабочее поведение, отношение к работе и к рабочим заданиям.

Шаг 2. Определение тех факторов, которые влияют на трудовую мотивацию работников, определяя их отношение к работе, степень заинтересованности в конечных результатах и готовность работать с полной отдачей.

Шаг 3. Выработка таких мер воздействия, построение такой мотивирующей рабочей среды, которая способствует высокой заинтересованности в конечных результатах, позитивному отношению к выполняемой работе и к организации. Шаг 4. Воздействие на трудовую мотивацию с учетом индивидуальных особенностей работника.

Шаг 5. Оценка эффективности выбранных мер воздействия и их корректировка в случае необходимости.

18. Формы планирования работы отлей

По срокам различают следующие виды планирования: перспективное, текущее и оперативно-производственное.

Перспективное планирование основывается на прогнозировании, иначе его называют стратегическим планированием. С его помощью прогнозируются перспективная потребность в новых видах продукции, товарная и сбытовая стратегия предприятия по различным рынкам сбыта и т.д. Перспективное планирование традиционно подразделяется на долгосрочное (10-15 лет) и среднесрочное (5 лет), или пятилетнее, планирование.

Долгосрочный план, на 10-15 лет, имеет проблемно-целевой характер. В нем формулируется экономическая стратегия деятельности предприятия на длительный период с учетом расширения границ действующих рынков сбыта и освоения новых. Число показателей в плане ограниченно. Цели и задачи перспективного долгосрочного плана конкретизируются в среднесрочном (пятилетнем) плане. Объектами среднесрочного планирования являются организационная структура, производственные мощности, капитальные вложения, потребности в финансовых средствах, исследования и разработки, доля рынка и т.п.

В настоящее время сроки исполнения (разработки) планов не имеют обязательного характера и ряд предприятий разрабатывают долгосрочные планы сроком на 5 лет, среднесрочные на 2-3 года.

Текущее (годовое) планирование разрабатывается в разрезе пятилетнего плана и уточняет его показатели. Структура и показатели годового планирования различаются в зависимости от объекта и подразделяются на заводские, цеховые, бригадные.

Оперативно-производственное планирование уточняет задания текущего годового плана на более короткие отрезки времени (месяц, декада, смена, час) и по отдельным производственным подразделениям: цех-участок-бригада-рабочее место. Такой план служит средством обеспечения ритмичного выпуска продукции и равномерной работы предприятия и доводит плановое задание до непосредственных исполнителей — рабочих. Оперативно-производственное планирование подразделяется на межцеховое, внутрицеховое и диспетчирование. Завершающим этапом заводского оперативно-производственного планирования является сменно-суточное планирование.

В целом перспективное, текущее и оперативно-производственное планирование взаимосвязаны и образуют единую систему.

Источник: https://megaobuchalka.ru/8/191.html

Управление организацией общественного питания основывается на общих принципах системы управления производством. Функции управления относительно обособленные направления управленческой деятельности, позволяющие осуществлять управленческое воздействие. В функциях управления раскрывается содержание управления как процесса, отражается вид управленческой деятельности, должностные обязанности, закрепленные за определенным структурным подразделением или работником, назначение конкретного органа управления.

Анализ процесса управления по его функциям является основой для установления объема работы по каждой функции, определение численности управленческих работников, проектирование структуры аппарата управления.

Различают основные (общие), конкретные и специальные функции управления.

Основные функции управления являются общими для всех производственно-экономических систем, относятся к любому объекту управления. Они необходимы для решения общих задач управления и типичны для всего управленческого процесса. Исходя из содержания выполняемых работ, общие функции управления классифицируются следующим образом:

· прогнозирование и планирование

· организация работы

· координация и регулирование

· активизация и стимулирование

· контроль, учет и анализ.

Реализация каждой из функций управления предприятием, организацией общественного питания включает в себя вышеуказанные типовые элементы управленческого цикла.

Функция планирования включает разработку планов работы организации, предприятия общественного питания и каждого его структурного подразделения и доведение этих планов до всех членов коллектива. Планы разрабатываются на основе прогнозирования, моделирования и программирования. Функция планирования является основной в управлении, поскольку реализация всех остальных функций подчинена задачам достижения результатов, определяемых планом.

Функция организации работы обеспечивает взаимосвязь и эффективность всех функций управления. Содержание ее следующее: организация работ по перспективному и текущему экономическому и социальному планированию; организация подбора, расстановки кадров по функциональному признаку.

Координация предполагает установление очередности выполнения отдельных заданий, обеспечивающей непрерывность процессов выполнения плана, согласование сроков изготовления и поставок продукции; исключение дублирования проводимых работ. Разделение и специализация управленческого труда требует координации деятельности специалистов, руководителей. Координируют не только деятельность людей, процессы производства, реализации и организации потребления продукции общественного питания, но и информационные процессы: сбор, обработка и передача данных, необходимых для управления. Источниками информации для выполнения функции координации являются рабочие планы, графики работы руководителей структурных подразделений, утвержденные структуры, схемы управления и другие нормативные документы. Цель координации - обеспечение слаженной работы всего производственного коллектива.

Примером организации в рамках организации общественного питания является деятельность директора, который помимо выполнения прочих функций управления координирует и

направляет деятельность своих заместителей, начальников отдела, руководителей предприятий общественного питания.

Функция регулирования обеспечивает устойчивость, стабильность системы общественного питания. Посредством выполнения функции регулирования достигается равномерность, согласованность, в производстве, обслуживании, снабжении, сохраняется заданный ритм производственно-торгового процесса, рациональные потоки поступления сырья, полуфабрикатов, средств материально-технического оснащения, организационно-технический уровень предприятий, заданные технологические нормы. Регулирование обеспечивает устойчивые взаимоотношения между членами производственного коллектива.

В организациях общественного питания регулирование охватывает в основном текущие мероприятия по устранению различных отклонений от плановых заданий, графиков. В практике управления эта функция получила название диспетчирования, центральным звеном которого является диспетчерская служба.

Активизация и стимулирование - функции управления, регулирующие отношения распределения материальных и духовных ценностей в зависимости от количества и качества затрачиваемого труда. Посредством использования материальных и моральных стимулов направляется поведение людей, активизируются и поощряются их действия, развивается социалистическое соревнование.

Стимулирование предполагает использование не только положительных, но и отрицательных стимулов: лишение премий, вынесение административного взыскания, применение мер общественного воздействия.

Важными функциями управления являются контроль, учет и анализ. Действенный оперативный контроль исполнения и достоверный учет в работе всех звеньев производства и управления - необходимое условие успешной работы производственного коллектива, правильного воспитания кадров в духе высокой ответственности за порученное дело и строжайшего соблюдения государственной дисциплины.

Контроль призван постоянно давать информацию о фактическом выполнении решений. Он основан на принципе организации обратных связей, которые возникают при любом взаимодействии субъекта и объекта в системе управления. В хозяйственной организации, предприятии общественного питания в функции контроля входит контроль за своевременностью поступления и качеством сырья и товаров, выполнением основных показателей торгово-финансового плана, использованием материально-технической базы, ценами, качеством продукции и организацией обслуживания потребителей, сохранностью товарно-материальных ценностей и денежных средств, соблюдением трудовой дисциплины и пр.

Важнейшей формой контроля является учет, обеспечивающий сбор, накопление и переработку информации о деятельности организации, предприятия и их подразделений. Анализ хозяйственной деятельности предполагает всестороннее изучение показателей работы организации, предприятия в их взаимосвязи. Он направлен на укрепление хозяйственного

расчета, выявление неиспользованных резервов, борьбу с непроизводительными расходами, ускорение оборачиваемости оборотных средств.

Основной задачей контроля за деятельностью предприятий общественного питания является не только выявление нарушений правил торговли, но и их предупреждение. Контроль за работой предприятий осуществляется вышестоящими организациями, государственной инспекцией по качеству товара и торговли.

Вышестоящие организации контролируют повседневную деятельность предприятий общественного питания: выполнение установленных плановых заданий по товарообороту и выпуску собственной продукции, качество выпускаемой продукции, расходование средств и обеспечение мероприятий по повышению эффективности работы предприятия, внедрение научной организации труда, соблюдение санитарных правил и правил техники безопасности, ведение бухгалтерской отчетности и др. Контролируя, специалисты оказывают помощь в улучшении работы предприятия. По результатам проверок в случае серьезных нарушений руководитель вышестоящей организации вправе наложить на виновных лиц дисциплинированные взыскания.

Большое внимание на деятельность предприятия общественного питания оказывает государственная санитарная инспекция и санитарно - эпидемиологическая служба. Они осуществляют надзор и контроль над выполнением нормы правил общей и производственной санитарной гигиены, а также контролируют проведение санитарно - эпидемиологических мероприятий. Они проверяют выполнение санитарно-гигиенических норм при проектировании, строительстве и реконструкции предприятий, организуют контроль над санитарным состоянием действующих предприятий. Они имеют право приостановить работу при нарушении санитарных норм и правил, отстранить от работы лиц, являющихся бациллоносителями или не прошедших медицинский осмотр, налагать штраф лицам, виновным в нарушении санитарных правил.

Конкретная функция управления определяется задачами управления деятельности предприятия (объединения), организации общественного питания в целом, или конкретными стадиями производственно-торгового процесса, или отдельными направлениями хозяйственной деятельности, или задачами информационного обеспечения управления и др.

Конкретные функции управления классифицируются по следующим признакам. Так, задачи управления деятельностью предприятия (объединения), организации общественного питания в целом включают: перспективное и текущее технико-экономическое и социальное планирование, организацию работы по стандартизации, учет и отчетность, экономический анализ. Задачи управления конкретными стадиями производственно-торгового процесса предусматривают: управление технической подготовкой производства, организацию производства, управление технологическими процессами, оперативное управление производством, организацию метрологического обеспечения, технологический контроль, реализацию продукции и организацию обслуживания потребителей. В состав конкретных функций хозяйственной деятельности входят: организация работы с кадрами, управление организацией труда и заработанной платы, организация творческой деятельности трудового

коллектива, продовольственное и материально-техническое снабжение, капитальное строительство, организация финансовой деятельности.

Содержание конкретных функций управления зависит от места предприятия, хозяйственной организации в структуре системы управления общественным питанием, его степени централизации функции управления и т.д.

Полное или частичное совпадение содержания функций управления на разных ступенях свидетельствует об их дублировании, что снижает эффективность системы управления, вызывает нерациональные затраты труда.

В зависимости от степени централизации управления, объемов и особенностей производственно-хозяйственной деятельности предприятия, организации общественного питания в практике управления одну функцию могут выполнять несколько структурных подразделений или одно структурное подразделение осуществлять несколько функций управления.

Специальная функция управления - это подфункция конкретной функции управления, объединяющая комплекс задач, направленных на достижение одной или нескольких целей. В системе управления общественным питанием используются одноцелевые специальные функции, направленные на достижение одной основной цели, и многоцелевые специальные функции, направленные на достижение ряда или всех основных целей предприятия, организации общественного питания.

Например, перспективное и текущее технико-экономическое и социальное планирование включает многоцелевые специальные функции:

· организацию работ по перспективному и текущему экономическому и социальному планированию

· организацию разработки технико-экономических норм и нормативов

· организацию работ по составлению и ведению паспорта предприятия

· планирование мероприятий по совершенствованию управления, а также одноцелевые специальные функции:

· формирование производственной программы

· планирование научно-технического развития предприятия

· планирование капитального строительства

· планирование социального развития трудового коллектива

· планирование повышения эффективности использования ресурсов и организация системы прогрессивных технико-экономических норм и нормативов и др.

Содержание конкретных и специальных функций управления не являются неизменными. Эти функции развиваются и формируются под влиянием научно-технического прогресса, углубления разделения труда, повышения уровня концентрации производства и совершенствования управления.

Важнейшим направлением научно-технического прогресса в общественном питании является внедрение новейших видов оборудования и прогрессивных индустриальных технологий, средств вычислительной техники, промышленных телевизионных установок, систем учета реализации комплексных обедов. Применение электронно-вычислительной техники обуславливает изменение содержания определенных управленческих функций. Так, упрощаются функции управления производством, контроля, учета, анализа.

При создании автоматизированных систем сбора, передачи и переработки информации весь ее поток от управляемой системы направляется в информационно-вычислительный центр, откуда в аппарат управления поступает переработанная информация. При этом в структурных подразделениях системы управления сокращается объем работ по сбору информации и одновременно возрастает объем по анализу производственно-хозяйственной ситуации, принятию решений и организации их выполнения.

Специальная функция стимулирования повышения качества продукции в последние годы стала тесно связана с применением системы управления качеством труда на предприятиях и организациях общественного питания. Эта система обеспечивает совершенствование материального и морального стимулирования работников и на этой основе повышение производительности их труда, улучшение качества обслуживания населения.

Неотъемлемой частью процесса управления в современных условиях являются научные исследования. Этим объясняется возникновение в некоторых областных, городских управлениях, хозяйственных организациях, крупных предприятиях общественного питания новых специальных функций - планирование научно-технического развития предприятий; нормирование требований к качеству продукции (стандартизация требований); стандартизация показателей норм расхода энергетических ресурсов, контроль и регулирование использования ресурсов в технологических процессах: организация работы по изобретательству и рационализации и др. Результатом выполнения этих функций является внедрение в практику научно-исследовательских разработок.

В организациях (на предприятиях) общественного питания широкое распространение получило планирование социального развития коллективов, что обусловило формирование новых специальных функций:
· организация работ по совершенствованию социальной структуры трудового коллектива
· создание благоприятных условий труда
· организация охраны труда
· организация работ по выполнению мероприятий, направленных на повышение социальной активности личности.

Функции управления являются основой для построения структуры системы управления предприятиями (объединениями) общественного питания, которая непосредственно зависит от содержания, характера и сложности их выполнения.
Источник: https://studfile.net/preview/7668303/page:43/

Вопросы к обсуждению:

1. Процесс управления гостиничным комплексом имеет четыре взаимосвязанные функции. Перечислите их
2. Основные функции управления организацией общественного питания
3. Какая основная задача контроля за деятельностью предприятий общественного питания?

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания

Тема 2.2 Методы управления в гостиницах и организациях общественного питания

3. Цели занятия.

-сформировать понимание об организационной структуре управления гостиницей и организацией общественного питания

-изучить типы организационных структур управления гостиницами и организациями общественного питания

-знать формальные и неформальные элементы управления организациями

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности организационной структуры управления гостиницей	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Особенности организационной структуры управления организацией общественного питания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Типы организационных структур управления гостиницами	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
4	Типы организационных структур управления организациями общественного питания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Исторический процесс развития общества постепенно привел человечество к разделению труда и выделению в виде самостоятельной деятельности такой сферы, как управление. Только благодаря скоординированным управленческим действиям люди могли развиваться и создавать материальные и социальные ценности.

Гостиничный менеджмент как отдельная дисциплина стал развиваться относительно недавно: первые менеджеры со специальным образованием появились только в 20-е годы прошлого века (до этого все гостиничные управляющие были чистыми практиками), а внедрение современных методов управления началось лишь в середине XX столетия. Раньше считалось, что менеджмент гостеприимства настолько специфичен, что теория управления к гостиницам неприменима [13].

Целью управления гостиничным предприятием является изыскание путей повышения эффективности и качества жизнедеятельности гостиницы в современных рыночных условиях за счет профессионального менеджмента.

Задачи профессионального менеджмента заключаются в следующем:

* необходимо четко знать основные функции и связующие процессы управления гостиничным предприятием;
* уметь максимально использовать доступную информацию в процессе принятия управленческих решений;
* владеть методами моделирования и оптимизации управленческих решений;
* выявлять и анализировать факторы риска, сопутствующие разработке и принятию управленческих решений в процессе управления гостиничным предприятием;
* принимать эффективные решения в конфликтных ситуациях;
* управлять комплектованием кадров для предприятий сферы гостеприимства на основе современных методов отбора и оценки персонала;
* разрабатывать и реализовывать управленческие решения на основе современных психологических подходов.

Методы управления гостиничным предприятием - важнейший элемент в механизме использования объективных законов рынка. Качество и эффективность управленческой деятельности в гостиничной сфере во многом зависят от применяемых методов управления.

Метод управления гостиничным предприятием - это способ целенаправленного воздействия на службу сервиса и потребителя с целью возможно более полного и эффективного удовлетворения возрастающих запросов людей [89].
Слово "метод" греческого происхождения (methods), что в переводе означает способ достижения какой-либо цели. Через методы управления реализуется основное содержание управленческой деятельности.
По сути, способы осуществления управленческой деятельности, применяемые для постановки и достижения целей гостиничной организации, выступают как методы менеджмента. При решении той или иной задачи методы служат целям практического управления, предоставляя в его распоряжение систему правил приемов и подходов, сокращающих затраты времени и других ресурсов на постановку и реализацию целей.
Сложность, изменчивость объекта управления определяет и многообразие используемых методов. Различают общие и специальные методы управления в сфере гостиничного бизнеса, которые реализуются через изучение объекта управления во времени и пространстве, в тесной взаимосвязи и взаимообусловленности с другими объектами, с учетом этнопсихологии населения и т.д. В связи с внедрением компьютеров, электронных вычислительных машин, потребностью объективного и быстрого обоснования принимаемых решений в сфере услуг все чаще применяются специальные методы экономического моделирования.

Методы управления гостиничным предприятием могут быть классифицированы следующим образом:
· организационно-административные, основанные на прямых директивных указаниях;
· экономические, обусловленные экономическими стимулами;
· социально-психологические, применяемые с целью повышения социальной активности сотрудников.

Деление методов на административные и экономические в известной мере условно, так как абсолютно четко обособить каждый из них не представляется возможным: они взаимопроникают друг в друга и имеют немало общих черт. В то же время присущие им различия в способах воздействия на объекты управления позволяют рассматривать каждый из них в отдельности [35].
Особую остроту проблема методов управления в сфере гостиничного хозяйства приобретает в обстановке перехода к рыночной экономике, многообразия форм собственности, ликвидации монополии производителей услуг в рамках одной специализированной отрасли, переориентации сферы услуг на рынок потребителя.
Важнейшей отличительной чертой создаваемой рыночной экономики является переход от преимущественно административных к преимущественно экономическим методам управления, рост роли социально-психологических методов.
Итак, методы управления - это способы осуществления управленческих воздействий на персонал для достижения целей управления производством.
Административные методы являются способом осуществления управленческих воздействий на персонал и базируются на власти, дисциплине и взысканиях. Административные методы ориентированы на такие мотивы поведения, как осознанная необходимость дисциплины труда, чувство долга, стремление человека трудиться в определенной организации и т.п. Эти методы воздействия отличает прямой характер воздействия: любой регламентирующий или административный акт подлежит обязательному исполнению.

Для административных методов характерно их соответствие правовым нормам, действующим на определенном уровне управления, а также актам и распоряжениям вышестоящих органов управления.

Объективной основой использования этих методов управления выступают организационные отношения, составляющие часть механизма управления. Деятельность по управлению гостиничным предприятием невозможна без разумного применения административных методов (которые нередко называют организационно-административными или организационно-распорядительными). С их помощью формируются основные системы управления в сфере услуг в виде ее устойчивых связей и отношений, положений, предусматривающих права и ответственность подразделений аппарата управления, отдельных работников [25].

Административные методы в сфере гостиничного хозяйства реализуются путем прямого воздействия руководителей, собственников на подчиненных. Такое воздействие может осуществляться на основе заключенных договоров, через административные приказы и распоряжения, различные положения, правила, нормативы и другие документы, организационно регламентирующие деятельность подчиненных лиц, их четкую работу, обеспечивающие надлежащую дисциплину и ответственность.
Экономическим методам управления в сфере гостиничного бизнеса отводится центральное место. Это обусловлено тем, что отношения управления определяются в первую очередь экономическими отношениями и лежащими в их основе объективными потребностями и интересами людей.
Принципиальный вопрос коллективной организации труда в фирме - овладение экономическими методами управления, которые применительно к управлению организацией представляют собой совокупность экономических рычагов, с помощью которых достигается эффект, удовлетворяющий требованиям коллектива в целом и личности в частности. Другими словами, поставленная цель достигается воздействием на экономические интересы управляемого объекта.
Сущность экономических методов состоит в том, чтобы путем косвенного воздействия на экономические интересы потребителя услуг и работников сферы услуг с помощью цен, оплаты труда, кредита, прибыли, налогов и других экономических рычагов создавать эффективный механизм работы. Тем самым экономические методы основываются на использовании стимулов, предусматривающих заинтересованность и ответственность управленческих работников за последствия принимаемых решений и побуждающих работников сферы услуг добиваться инициативного осуществления поставленных задач без специальных на то распоряжений.
Экономические методы способствуют выявлению новых возможностей, резервов гостиничного предприятия, что особенно важно в переходный к рыночным отношениям период. Речь идет об изменении системы материального стимулирования с учетом экономических интересов всех участников производственного процесса. Проблема здесь в том, чтобы создать условия, при которых бы экономические методы были действенны и целенаправленны [48].

Следующим из наиболее важных методов управления, являются социально-психологические методы. Результаты труда во многом зависят от целого ряда психологических факторов. Умение учитывать эти факторы и с их помощью целенаправленно воздействовать на отдельных

работников может помочь руководителю сформировать коллектив с едиными целями и задачами. Социологические исследования свидетельствуют о том, что если успех деятельности хозяйственного руководителя на 15% зависит от его профессиональных знаний, то на 85% - от умения работать с людьми. Зная особенности поведения, характера каждого отдельного человека, можно прогнозировать его поведение в нужном для коллектива направлении. Это связано с тем, что каждой группе свойствен свой психологический климат, поэтому существенным условием образования и развития трудовых коллективов является соблюдение принципа психофизиологической совместимости. Это особенно важно для гостиничного предприятия - ведь в этой сфере как нигде важна вежливость, любезность персонала, а соответственно и доброе расположение духа, хорошие отношения в коллективе. Японские социологи утверждают, что от настроения, желания человека работать и от того, какая морально-психологическая обстановка в коллективе, производительность труда примерно в 1,5 раза может увеличиться или в несколько раз уменьшиться.

Недостаточное внимание к социальным и психологическим аспектам управления гостиничным предприятием вызывает нездоровые взаимоотношения, что снижает производительность труда. Как показывает практика, формирование здорового морально-психологического климата, воспитание чувства товарищеской взаимопомощи и коллективизма более активно идет в коллективах рыночного типа. Так, 91% опрошенных работников гостиничного бизнеса считают, что среди членов трудовых коллективов стала складываться атмосфера взаимной требовательности и ответственности, изменилось (в лучшую сторону) отношение к труду и распределению его оплаты, 82% опрошенных интересуются и "болеют" за успехи своих коллег. Таким образом, чтобы воздействие на коллектив было наиболее результативным, необходимо не только знать моральные и психологические особенности отдельных исполнителей, социально-психологические характеристики отдельных групп и коллективов, но и осуществлять управляющее воздействие [32].
Социально-психологические методы руководства требуют, чтобы во главе коллектива были люди достаточно гибкие, умеющие использовать разнообразные аспекты управления. Успех деятельности руководителя в этом направлении зависит от того, насколько правильно применяет он различные формы социально-психологического воздействия, которые, в конечном счете, сформируют здоровые межличностные отношения.
Гостиничный бизнес в силу своей принадлежности к сфере услуг имеет ряд особенностей, который распространяются и на систему управления. Эти особенности связаны, прежде всего, с необходимостью прямого контакта с клиентом, с удовлетворением индивидуальных потребностей каждого потребителя услуг. Поэтому крайне важно на предприятии гостиничного бизнеса грамотно подобрать совокупность методов управления, которая бы обеспечила наиболее эффективную деятельность предприятия [45].

В сфере гостиничного бизнеса целесообразно совмещать разные методы управления. Приняв за основу экономический метод, можно добиться материальной заинтересованности людей в качественной работе, что играет колоссальную роль в современных условиях. Но любой системой нужно управлять, поэтому на предприятии не обойтись без административного вмешательства, что и обосновывает необходимость использования при управлении гостиничным предприятием административных методов. В то же время в сфере услуг огромную роль играют взаимоотношения в коллективе; важно создать приятную атмосферу, обеспечить все условия для качественной бесперебойной работы. А для этого, в свою очередь, широко

используются социально-психологические методы управления предприятием. Таким образом, для наиболее эффективной работы предприятия административные и социально-психологические методы используются как приложение к основным используемым - экономическим методам управления.

В России гостиничный бизнес в том виде, в котором он существует на Западе, только начинает развиваться. И многое пока не получается у российских предпринимателей, многое еще предстоит освоить, но и пройден уже немалый путь; у России есть все предпосылки для дальнейшего развития сферы гостиничного хозяйства, и, реализуя свой потенциал, наша страна вполне сможет выйти на мировой уровень предоставления гостиничных услуг.
Вывод по второй главе

Таким образом, основная задача, решаемая при выборе организационной структуры управления гостиничным предприятием, заключается в определении состава звеньев, распределении прав и обязанностей в процессе их взаимодействия, определении состава работников и распределении обязанностей между ними. В широком смысле слова задача состоит в том, чтобы выбрать ту структуру, которая лучше всего отвечает целям гостиницы, а также воздействующим на нее внутренним и внешним факторам. Наилучшей структурой является та, которая позволяет гостиничному предприятию эффективно взаимодействовать с внешней средой, продуктивно и целесообразно распределять и направлять усилия своих сотрудников и потребности клиентов. Одинаковых гостиниц практически не бывает, поэтому организационная структура в каждой гостинице разрабатывается индивидуально в соответствии с назначением гостиницы, ее основными направлениями деятельности и утверждается руководителем.
Организационная структура управления может изменяться. Ее следует периодически пересматривать, особенно при значительных изменениях в сфере бизнеса. Обязанности менеджеров и служащих могут изменяться в зависимости от их квалификации и численного состава. Организационная структура является конструкционной основой системы управления. Она устанавливает те связи между подразделениями гостиничного предприятия, без которых не может функционировать управление. Это минимально необходимый набор подразделений и связей между ними. Различают линейную, линейно-функциональную и матричную структуру управления. Каждый тип структуры имеет свои достоинства и недостатки.

При построении организационной структуры необходимо следовать определенным принципам, которые отражают ее роль в организации управления. К таким принципам относятся разделение труда и специализация, четкое выделение линий власти и разделение ответственности, сочетание полномочий и ответственности, функциональное ограничение деятельности, а также определение соответствующего диапазона контроля и поддержание правил коммуникационного общения. Реализация этих принципов позволяет создать эффективно действующую систему управления гостиницей.

Гостиничный бизнес в силу своей принадлежности к сфере услуг имеет ряд особенностей, который распространяются и на систему управления. Эти особенности связаны, прежде всего, с необходимостью прямого контакта с клиентом, с удовлетворением индивидуальных потребностей каждого потребителя услуг. Поэтому крайне важно на предприятии гостиничного бизнеса грамотно подобрать совокупность методов управления, которая бы обеспечила наиболее эффективную деятельность предприятия.

При решении в процессе управления той или иной задачи различные методы предоставляют систему правил, приемов и подходов, сокращающих затраты времени и других ресурсов на постановку и реализацию целей.
Рассмотренные нами методы управления применяются по отношению к трудовым коллективам в целом и отдельным работникам в частности. Такой подход связан с общей концепцией управления как целенаправленного воздействия на управляемые объекты, в качестве которых выступают гостиничные предприятия, организации, объединения и коллективы трудящихся.
Источник: https://studbooks.net/647644/turizm/metody_upravleniya_gostinichnym_kompleksom
При решении той или иной задачи, различные методы управления предоставляют систему правил, приемов и подходов, сокращающих затраты времени и других ресурсов на постановку и реализацию целей.

Выделяют следующие основные методы управления:

1) экономические;
2) организационно-административные;
3) социально-психологические.

В ресторанном бизнесе важно сочетать все три метода.

При экономических методах управления поставленная цель достигается путем воздействия на экономические интересы управляемого объекта. Например, материальные системы стимулирования - официанту выплачивается процент с продаж алкогольных напитков, отдельных блюд, бонус за лучшее обслуживание, процент от прибыли заведения, или профит-шеринг[10] (profitsharing). Эту форму мотивации, заключающуюся в распределении прибыли в равных долях между всеми участниками программы, активно используют крупные ресторанные компании.

Организационно-административные методы управления базируются на прямых директивных указаниях. Никакие экономические методы не смогут существовать без организационно-административного воздействия, которое обеспечивает четкость, дисциплинированность и порядок работы в коллективе. Официант не уйдёт, если управляющий будет для него авторитетом, руководителем, который знает о своих работниках всё, реагирует правильно, видит всё, начиная от новой причёски своего официанта, заканчивая его плохим настроением.

Социально-психологические методы – совокупность специфических способов воздействия на личностные отношения и связи, возникающие в трудовых коллективах, а также на социальные процессы, протекающие в них. Нематериальная мотивация не менее значима: поощрение творческой инициативы, личная благодарность, похвала в присутствии всего коллектива может стать для сотрудника прекрасным стимулом работать с душой и большой отдачей.Особенностью труда работников общественного питания является их постоянное общение с людьми. Контакты с гостями в процессе обслуживания, управления трудовым коллективом, группами людей, требуют от менеджера глубоких знаний психологии человеческих отношений.

Большую роль в создании хорошего психологического климата в коллективе играет высокий авторитет руководителя, который должен являться образцом для подчиненных как по деловым, так и по личным качествам: психологическим, эстетическим, этическим. Одним из важнейших требований, предъявляемых к современному менеджеру, являются высокие психологические качества, умение работать с людьми. Менеджер должен обладать административными навыками, чертами социального и интеллектуального лидера. Для выполнения функций администратора он должен прежде всего обладать сильной волей, что выражается в способности преодолевать препятствия в осуществлении целенаправленных действий. К этому качеству близки такие свойства характера, как решительность и смелость, которые часто приходится применять при принятии ответственных решений.

Качества менеджера определяются его организаторскими способностями. Хорошим руководителем является не тот, кто умеет работать сам, а тот, кто может обеспечить эффективную работу руководимого коллектива. Он должен уметь поддерживать деловые отношения с подчиненными, руководителями различных звеньев и вышестоящими инстанциями, подчинять личные интересы достижению общей цели.

На основании многочисленных исследований выделено 18 типичных качеств организатора, семь из которых являются специфическими, т.е. определяют способность или неспособность человека к организаторской деятельности:

Психологическая избирательность – способность наиболее полно понимать психологию других людей. Здесь особое место занимает сопереживание тому, что переживают и чувствуют люди.

Психологический ум – качество, позволяющее находить наилучшее практическое применение каждому человеку в зависимости от его индивидуально-психологических особенностей.

Психологический такт – способность находить подход к людям при установлении с ними взаимоотношений и взаимодействия.

Общественная энергичность – способность “заряжать” своей энергией людей, активизировать их.

Требовательность к людям.

Критичность – способность анализировать отклонения от некоторой нормы в деятельности и поведении других людей.

Склонность к организаторской деятельности.

Для успешного овладения основами организаторской деятельности и для ее осуществления необходимо единство всех качеств. Ибо только в комплексе все качества и свойства являются организаторскими способностями. Кроме того, умение логично мыслить, развитое воображение, эмоциональность, хорошая память характеризуют руководителя как интеллектуального лидера коллектива. Хорошая память позволяет, учитывая все многообразие факторов управленческой ситуации, руководить деятельностью многих людей, глубоко познать

управляемый объект. Важное значение имеет в нужный момент вспомнить соответствующие факты, научные сведения, фамилии, цифры и т.п. Развитое воображение способствует выработке оптимальных решений и проблем управления с учетом накопленного опыта. Оно является необходимой предпосылкой творческого подхода к функциям планирования и прогнозирования не только для создания, но и для правильной оценки нового.

Важным условием успеха управления является конкретность мышления руководителя. Эта способность важна при принятии решений, когда нужно учесть множество фактор, определить важность каждого из них в данной конкретной ситуации.

При всех видах лидерства руководителю должны быть присущи эмоциональна зрелость: зрелость, отсутствие косности как в восприятии нового, так и в принимаемых решениях; самостоятельность, коммуникабельность. При этом следует учитывать, что излишняя эмоциональность отрицательно сказывается и на интеллектуальной деятельности, и на взаимоотношениях с подчиненными. С другой стороны, чувства способствуют подъему духовных и физических сил, формированию увлеченности делом, без чего не возможен подлинный успех управленческой деятельности.

Самостоятельность суждений руководителя в принятии решений основывается на умении точно воспринимать ситуацию и принимать обоснованные решения в соответствии с ее особенностями, независимо от преобладающих мнений.

К числу важнейших качеств руководителя относят коммуникабельность – способность точно передавать мысли тем или иным способом и точно воспринимать передаваемую мысль. Руководителю приходится общаться с людьми разного уровня образования, специальной подготовки, различных интересов и потребностей. Это предъявляет к способности общения или коммуникабельности руководителя высокие требования. Коммуникабельность связана с особенностями мышления, воображения и речи.

Стили руководства - манера и способ поведения управляющего в процессе подготовки и реализации управленческих решений. В зависимости от того, на какие методы управления руководитель ресторана опирается в большей степени, от специфических характеристик его личности и особенностей работы с людьми, определяется присущий только ему стиль руководства.

Отталкиваясь от поставленных целей, управляющий выбирает один из трех стилей управления:

Авторитарный (автократический) стиль - централизация власти в руках одного руководителя, требующего, чтобы о всех делах докладывали только ему, единоличное принятие решений управляющим, препятствие в проявлении инициативы подчинённых.Руководитель становится автократом тогда, когда по своим качествам он ниже людей, которыми руководит, или если его подчиненные имеют слишком низкую общую и профессиональную культуру.

Демократический стиль - управляющий стремится решать вопросы коллегиально, информировать подчиненных о положении дел, часть управленческих функций делегирует другим специалистам. Руководитель активный, требовательный, но справедливый.

Либеральный стиль–руководительне вмешивается в деятельность коллектива, а работникам предоставлена полная самостоятельность и возможность индивидуального и коллективного творчества. Руководителя отличают такие качества, как бесконфликтность, пассивность, отсутствие явных организаторских способностей.

Нужно понять, что идеального стиля руководства нет, а в чистом виде каждый из указанных стилей встречается редко. Гибкость руководителя и заключается в том, чтобы использовать преимущества каждого стиля и применять его в зависимости от особенностей ситуации.

Но к чему все эти знания? – можете поинтересоваться Вы. Ведь это удел именно работников в сфере обслуживания, но не нас – простых потребителей этих благ!На самом деле, причины настоль просты, что мы уже и не замечаем их. Это уважение к труду всех сотрудников заведения; понимание, что это далеко не простая сфера деятельности, и нужно быть творческим, но в то же время рисковым человеком, чтобы начать свой бизнес. В конце концов, возможно, кто-то свяжет свою жизнь с этим делом! На сегодняшний день многие молодые люди уже вошли в ресторанный мир в качестве официантов, кассиров, барменов и т.д.

Так или иначе – важно общественное мнение! Как показал социологический опрос, хоть люди и разные, мнения во многом сходятся. Опросили50человек: конечно, все любят посещать кафе, рестораны, бары и т.д.Но вот взгляды о критериях выбора заведения разделились: подавляющее большинство в первую очередь отдало предпочтение цене и обстановке в кафе (около 50%), второе место разделили ассортимент меню исервис (30%), бронза – у музыкального сопровождения и популярности заведения (20%). Основная масса опрошенных – студенты, а это оправдывает их выбор. Это же, скорее всего,и является причиной того, что всего лишь 3 человекапосещали рестораны высшего класса или класса «люкс».

Любимыми местами молодёжи у нас в городе стали пиццерии «PizzaHut», «CiaoPizza», «PizzaLand» - одни из популярнейших мест нашего города, как раз таки ориентированное на молодёжь и студентов. По мнению опрошенных, в «CiaoPizza» оптимально сочетаются все критерии качествазаведения.

Основные принципы управления предприятием индустрии питания

1.Финансовая политика предприятия:
- Управленческий учет;
- Учетная политика предприятия;
- Ценообразование (методы формирования цены);
- Понятие среднего чека (способы определения);
- Инвентаризация МЦ;
- Операционный бюджет (сводный и детализированный);
- Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности предприятия;
- Учет переменных и производственных затрат на предприятии, их оптимизация;
- Варианты организации питания для сотрудников в разрезе финансовой политики;
- Система скидок (+,-);
- Методы предотвращения хищений на предприятии;

- Формирование организационной структуры предприятия и разработка основных функциональных обязанностей каждого подразделения;
- Примеры организационных структур предприятий ресторанного бизнеса (типичные ошибки);
- Понятие операционных процедур и их взаимосвязь.

2.Кадровая политика:

- Штатное расписание;
- Квалификационные требования;
- Способы подбора и мотивации персонала;
- Найм и увольнение сотрудников;
- Корпоративная культура;
- Варианты трудовых договоров;
- Способы учета рабочего времени;
- Тренинги для персонала.

3. Закупочная политика:

- Определение потребности в продуктах, сырье, напитках и МБП (суточные, недельные, ежемесячные запасы);
- Заключение договоров;
- Использование товарного кредита;
- Приемка товара по количеству и по качеству;
- Товаросопроводительная документация;
- Списание товаров/продуктов со склада и их распределение;
- Требования, предъявляемые к хранению товаров/продуктов;
- Использование системы скидок и проведение совместных акций с поставщиками.

4. Стандарты продукта и сервиса предприятия ресторанного бизнеса:

- Дизайн;
- Сервировка стола (стекло, приборы, фарфор, декорирование и т.п.);
- Режим работы предприятия;
- Основной продукт (виды меню ресторана, винная и коктейльная карты);
- Пакеты специальных предложений;
- Прейскурант дополнительных услуг;
- Униформа персонала;
- Комплекс стандартов по обслуживанию в ресторане;
- Последовательность и приоритеты в политике обслуживания гостей.

5. Продвижение услуг в ресторанном бизнесе:

- Анализ рынка ресторанных услуг
- Стратегия продвижения продукта и услуг ресторана на рынке с использованием различных каналов коммуникации (реклама, прямой маркетинг, PR-акции);
- Стратегия продаж на рынке (прямые продажи, продажи через посредников);

- Формирование пакетов спец предложений для различных потребительских групп;
- Составление клиентской базы потенциальных потребителей продукта/услуг.

Таким образом, мы изучили структуру, методы, стили и принципы управления рестораном.Граница между соподчиненными подсистемами управления представляют собой уровень управления. В иерархически построенной системе имеются как минимум два уровня управления, а общее число их определяется сложностью взаимосвязей объектов управления нижнего уровня, образующих в совокупности управляемую часть системы.
Источник: https://studfile.net/preview/5006422/page:4/

Вопросы к обсуждению:
1. Какова цель управления гостиничным предприятием?
2. Задачи профессионального менеджмента
3. Важным условием успеха управления

1. Гостиничный менеджмент
2. РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов
Тема 3.1 Подбор персонала в гостиницы и организации общественного питания
3. Цели занятия.
-сформировать понимание трудового процесса гостиницы и ресторана
-изучить содержание трудового процесса
-знать понятие управленческого труда
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Трудовой процесс гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Трудовой процесс ресторана	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Особенности трудового процесса гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Содержание трудового процесса на гостиничном предприятии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение

В условиях рыночной экономики качество персонала стало главнейшим фактором, определяющим выживание и экономическое положение российских организаций. Тщательность отбора гарантирует качество людских ресурсов, которое во многом определяет возможность и эффективность дальнейшего использования. Работа любой организации неизбежно связана с необходимостью комплектования штата. При этом одной из центральных задач является отбор кадров.

Отбор новых работников не только призван обеспечить режим нормального функционирования, но и закладывает фундамент будущего успеха организации. Для того, что бы построить эффективную систему поиска и отбора персонала, прежде всего, важно понять ее место в общей системе управления человеческими ресурсами организации.

Отбор кадров не является изолированной функцией, предоставляющей самостоятельную ценность; он должен быть увязан со всеми другими функциями управления персоналом, чтобы не превратиться в функцию, которая осуществляется ради себя самой в ущерб другим формам работы с персоналом. Эффективный отбор начинается с точной характеристики работы, т. е с анализа работы конкретной должности. Далее составляется должностная инструкция, на основании которой формулируются требования к кандидатам.

Одним из важных этапов является рекламирование работы, т. е привлечение кандидата. Собеседование все еще сохраняет свою популярность как один из самых важных элементов процесса отбора персонала. В ходе собеседования можно познакомиться с кандидатом поближе, т.е. узнать его личные качества, маневры поведения. На основании собранных сведений уже происходит принятие решения о выборе потенциального работника, но даже полное наличие элементов отбора не дают точной информации о нанимаемом человеке. В виду своей актуальности проблематика темы отбора персонала все чаще появляется в заголовках различных периодических и учебных изданий, а так же в ресурсах сети Интернет, несмотря на то, что эта тема исследована достаточно глубоко, появляются новые разработки и дополнения к методике отбора персонала.

1.2 Теоретические основы отбора и найма персонала

Основной задачей при найме на работу персонала является удовлетворение спроса на работников в качественном и количественном отношении.

Наем на работу -- это ряд действий, направленных на привлечение кандидатов, обладающих качествами, необходимыми для достижения целей, поставленных организацией. С привлечения на работу начинается управление персоналом. Есть два возможных источника найма: внутренний (из работников организации) и внешний (из людей, до этого никак не связанных с организацией).

Преимущества и недостатки внутренних и внешних источников привлечения персонала приведены в таблице 1.

Наем персонала за счет внутренних источников во многом зависит от кадровой политики администрации организации в целом. Разумное использование имеющихся людских ресурсов может позволить организации обойтись без нового набора.

Отбор кандидатов на вакантную должность производится из числа претендентов на вакантную должность руководителя или специалиста управления с помощью оценки деловых качеств кандидатов.

Таблица 1 - Преимущества и недостатки внутренних и внешних источников

Преимущества привлечения

Недостатки привлечения

Внутренние источники привлечения персонала

Появление шансов для служебного роста.

Повышение степени привязанности к организации. Улучшение социально-психологического климата на производстве.

Низкие затраты на привлечение кадров.

Претендентов на должность хорошо знают в организации.

Претендент на должность знает данную организацию. Сохранение уровня оплаты труда, сложившегося в данной организации (претендент со стороны может предъявить более высокие требования в отношении оплаты труда по сравнению с существующей на рынке труда в данный момент).

Освобождение занимаемой должности для роста молодых кадров данной организации.

Ограничение возможности для выбора кадров.

Возможны напряженность или соперничество в коллективе в случае появления нескольких претендентов на должность руководителя. Появление панибратства при решении деловых вопросов, так как только вчера претендент на должность руководителя был наравне с коллегами.

Нежелание отказать в чем-либо сотруднику, имеющему большой стаж работы в данной организации.

Быстрое заполнение освободившейся штатной должности, без длительной адаптации.

«Прозрачность» кадровой политики.

Высокая степень управляемости сложившейся кадровой ситуации.

Возможность целенаправленного повышения квалификации персонала.

Появление возможности избежать всегда убыточной текучести кадров.

Рост производительности труда (если перевод на новую. должность совпадает с желаниями претендента). Решается проблема занятости собственных кадров. Повышение мотивации, степени удовлетворенности трудом.
Источник: https://otherreferats.allbest.ru/management/00769817_0.html

Вопросы к обсуждению:
1. Что включает в себя трудовой процесс гостиницы и ресторана?
2. Какие особенности трудового процесса ресторана?
3. Управленческий труд

1. Гостиничный менеджмент
2. РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов
Тема 3.2 Права и обязанности руководителей подразделения
3. Цели занятия.
-изучить управленческий контроль
-изучить права и обязанности руководителей
-знать полномочия руководителей
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разделение и кооперация управленческого труда	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Делегирование полномочий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Управленческий контроль	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Техническое обеспечение управленческого труда	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Туризм, став глубоким социальным и политическим явлением, сегодня вносит существенный вклад как в экономическое развитие отдельной страны, так и в повышение качества жизни человека. Развитие отечественного туристского рынка также характеризуется как количественным, так и качественным ростом, однако, надо отметить, значимость этого сегмента для отечественной экономики в целом пока существенно ниже, чем это имеет место в развитых странах. Создание современной индустрии туризма невозможно без предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса, которые занимают важное место в этой сфере деятельности.

Размещение занимает центральное место в комплексе услуг, предоставляемых туристам во время путешествия, и являются неотъемлемой частью каждого тура.

Средства размещения, под которыми понимают любой объект, регулярно или эпизодически предоставляющий места для ночевки, составляют основу туристской индустрии. На их долю приходится до 65 % лиц, занятых в туристской сфере, и около 68 % всех поступлений от туризма. Строительство новых средств размещения существенно повышает привлекательность туристского направления, увеличивает поток туристов. Высокий сервис предоставления услуг по размещению определяет также такие психологические аспекты туризма, как удовлетворенность путешествием и высокая оценка организации пребывания туристов в той или иной стране.

В многообразии имеющихся средств размещения особое место принадлежит гостиничной индустрии.

В последнее десятилетие рынок гостиничных услуг стал активно осваиваться частным бизнесом: сформировался верхний ценовой сегмент, представленный высококлассными гостиницами, в котором уже существует реальная и достаточно острая конкуренция; строятся и реконструируются гостиницы среднего класса, хотя и не столь быстрыми темпами, осваиваются новые ниши, например ниша малых гостиниц высокого класса; предпринимаются попытки создания отечественных гостиничных цепей. Формирование в России рыночных отношений обусловило существенные изменения в содержании управления предприятиями гостиничного бизнеса.

В связи с этим все более актуальной становится проблема совершенствования механизма управления предприятиями гостиничного бизнеса.

Значительный разрыв между потенциалом гостиничного сектора и существующим положением дел в данной сфере деятельности в Российской Федерации обусловлен недостатками в управлении предприятиями гостиничного бизнеса что, безусловно, свидетельствует об актуальности и важности данного исследования, учитывая значительные выгоды от развития

гостиничной индустрии как для российского туризма, так и для национальной экономики в целом, особенно при правильной организации управления гостиничным бизнесом. На современном этапе гостиничная индустрии как отрасль экономики достаточно быстро развивается, а гостиничный бизнес в целом увеличивает ВВП любой страны. Следовательно, этот бизнес выгоден, если правильно им управлять и знать такую отрасль как менеджмент туризма. чтобы развивать эту отрасль необходимо владеть знаниями о процессах развития и управления данной сферы.

Цель курсовой работы: рассмотреть формы управления гостиницами и описать обязательства и ответственности гостиничных предприятий.

Объектом исследования является гостиница «ххх».

ГЛАВА I. ОБЯЗАТЕЛЬСТА И ОТВЕТСТВЕННОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1 ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В соответствии с действующим в Российской Федерации законодательством, регулирующим деятельность предприятий независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, а также от функционирования различных видов договорных отношений (договоров, контрактов, сделок), предприятия и должностные лица несут различные виды (формы) ответственности на неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, вытекающих из законов РФ, нормативных актов и заключенных договоров.

Основанием для возникновения обязательств предприятий и их ответственности является договор, под которым понимается соглашение двух или нескольких лиц (юридических или физических) об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей, которые возникают:

- из договоров и иных сделок, предусмотренных законом, а также из договоров и иных сделок, хотя и не предусмотренных законом, но и не противоречащих ему;

- из актов государственных органов и органов местного самоуправления, которые предусмотрены законом в качестве основания гражданских прав и обязанностей;

- из судебного решения, установившего гражданские права и обязанности;

- в результате приобретения имущества по основаниям, допускаемым законом;

- вследствие причинения вреда другому лицу;

- вследствие неосновательного обогащения;

- вследствие иных действий граждан и юридических лиц;

- вследствие событий, с которыми закон или иной правовой акт связывает наступление гражданско-правовых последствий.

Должностные лица гостиничных предприятий при выполнении своих функциональных обязанностей должны руководствоваться положением ст. 10 ГК РФ, в соответствии с которой не допускаются действия физических и юридических лиц, осуществляемые исключительно с намерением причинить вред другому лицу, а также злоупотребление правом в иных формах. Не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке.

Согласно гражданскому законодательству исполнение обязательств предприятием (ответственность) обеспечивается посредством экономических санкций, залогом, удержанием имущества предприятия-должника, поручительством, задатком и другими способами, предусмотренными законом или договором. При этом предприятие, право которого нарушено, может требовать полного возмещения причиненных ему убытков, если законом или договором не предусмотрено возмещение убытков в меньшем размере.

Убытки - это расходы, которые предприятие, чье право нарушено, произвело или должно произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это предприятие получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода). Следовательно, под убытками понимается реальный ущерб, возникший от неисполнения или ненадлежащего исполнения законов и договоров, и упущенная выгода - как сумма неполученных доходов (прибыли).

Предприятие обязано исполнить установленные договором и законом обязательства в установленный срок (в день или любой момент в пределах установленного периода). Неисполнение обязательства в соответствии с законом и договором вызывает необходимость применения экономических санкций в форме неустойки, под которой понимается определенная законом или договором денежная сумма, которую предприятие-должник обязано уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, в частности в случае просрочки исполнения. Неустойка осуществляется в двух формах - в виде штрафа и пени.

Штраф - это установленная законодательством или договором количественно определенная сумма денежного взыскания, которую должно уплатить предприятие-должник потерпевшей стороне (кредитору).

Пеня - представляет собой такую форму экономических санкций, которая устанавливается законодательными (нормативными) актами в процентном отношении от объема невыполненного предприятием (хозяйствующим субъектом) обязательства и начисляется за каждый день просрочки неисполнения обязательства.

Предприятие-должник обязано возместить кредитору убытки, причиненные неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательства. При определении убытков применяются цены, существующие в том месте, где обязательство должно быть исполнено.

Законом об ипотеке регулируется залог предприятий, зданий, сооружений, земельных участков, квартир и иного недвижимого имущества.

Залог - это способ обеспечения обязательств, при котором кредитор-залогодержатель приобретает право в случае неисполнения должником обязательств получить удовлетворение за счет заложенного имущества, имея преимущество перед другими кредиторами.

Важной формой ответственности хозяйствующих партнеров по гражданскому законодательству является поручительство, которое регулируется договором поручительства, совершенным в письменной форме. По договору поручительства поручитель обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение последним его обязательства полностью или в части.

Согласно Уголовному кодексу РФ за совершение преступлений в сфере экономической деятельности, в том числе за осуществление незаконного предпринимательства, незаконной банковской деятельности, за организацию лжепредпринимательства, за незаконное получение кредита и злостное уклонение от погашения кредиторской задолженности, за монополистические действия и ограничение конкуренции и другие противоправные действия (преступления) в сфере экономической деятельности в соответствии с законом к виновным лицам могут применяться различные виды наказания: штраф, лишение права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью, обязательные работы, исправительные работы, конфискация имущества, ограничение свободы, арест, лишение свободы на определенный срок.

В системе ответственности предприятий за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, вытекающих из действующего законодательства и заключенных договоров (контрактов), одно из ведущих мест занимают санкции за нарушение налогового законодательства, т. к. отношения предприятий с бюджетом носят постоянный характер: пока функционирует предприятие, оно должно в установленные сроки уплачивать налоги и другие обязательные к исполнению платежи.

Ответственность предприятий возникает при сокрытии (занижении) объема прибыли (дохода), сокрытии объектов от налогообложения, при несвоевременном перечислении налогов (платежей) в соответствующие уровни бюджета. Одной из форм проявления ответственности предприятий является изъятие документов, свидетельствующих о сокрытии прибыли или сокрытии других объектов налогообложения. Данная форма ответственности представляет собой административно-правовую форму воздействия на предприятие. Ее осуществление должностными лицами Государственной налоговой службы оказывает существенное воздействие на финансово-хозяйственную жизнь предприятия. Изымаются: документы первичного учета, денежные документы, связанные с начислением и уплатой налогов и других обязательных платежей в бюджет, а также справочные материалы и расчеты.

Уклонение экономического субъекта от проведения аудиторской проверки либо препятствование ее проведению влечет за собой взыскание на основании решения суда или

арбитражного суда по искам, предъявленным прокурором, органами федерального казначейства, органами Государственной налоговой службы и органами налоговой полиции:

- штрафа с экономического субъекта (предприятия);

- штрафа с руководителя (руководителей) экономического

субъекта.

1.2 ОТВЕТСТВЕННОСТИ ИСПОЛНИТЕЛЯ

1. Уровень обслуживания гостиницы должен соответствовать требованиям присвоенной ей категории.

2. Исполнитель при оформлении проживания в гостинице обязан информировать потребителей о предоставляемых основных и дополнительных услугах, форме и порядке их оплаты.

3. Размещение информации должно находиться в помещении для оформления проживания, в удобном для обозрения месте и (в обязательном порядке) содержать:

- правила предоставления гостиничных услуг;

-свидетельство о присвоении гостинице категории;

-извлечения из государственного стандарта;

-стоимость номеров (места в номере);

-сведения о работе размещенных в гостинице предприятий общественного питания, связи, бытового обслуживания;

-перечень и стоимость дополнительных услуг;

-лицензию на право оказания данной услуги; сведения об исполнителе, его юридическом адресе и номере телефона;

-сведения об органе по защите прав потребителей при местной администрации;

-сведения о вышестоящей организации.

4. Смена постельного белья, полотенец и туалетных принадлежностей производится в соответствии с категорийностью гостиницы, но не реже двух раз в неделю.

5. В обязанности исполнителя входит обеспечение граждан следующими видами бесплатных услуг:

- вызов скорой помощи;

- пользование медицинской аптечкой;

- доставка в номер корреспонденции по ее получении; побудка к определенному времени;

- предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

6. Исполнитель предлагает потребителю дополнительные услуги за плату по его желанию.

7. Исполнитель гарантирует проживающим сохранность личных вещей, находящихся в номере, при условии соблюдения порядка проживания в гостинице. В случае обнаружения забытых вещей исполнитель принимает меры к возврату их владельцам. Если владелец не найден, забытые вещи по истечении 6 месяцев реализуются исполнителем через комиссионную торговую сеть.

8. Исполнитель обязан выдать книгу отзывов и предложений потребителям по их требованию.

9. Требования и жалобы рассматриваются исполнителем незамедлительно, но не позднее месяца со дня подачи жалобы.

10. Если недостатки в оказанной услуге не были устранены в течение одного часа, исполнитель обязан уплатить потребителю неустойку в размере 3 процентов от суточной стоимости номера (места) за каждый час просрочки.

11. В случае нарушения исполнителем настоящих Правил, защита прав потребителей, предусмотренная законодательством, включая возмещение морального вреда, осуществляется в установленном порядке.

Для пополнения местных бюджетов в ряде регионов и городов России введен местный гостиничный налог (сбор). В Москве постановлением Правительства от 4 января 1994 года N 22 он установлен для иностранных граждан, прибывших в столицу как самостоятельно, так и в составе туристской группы или делегации и поселившихся в гостиницах, мотелях, кемпингах, гостевых домах. Размер данного сбора - 1 доллар США за сутки.

ГЛАВА II ФОРМЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

2.1 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

Организационная структура гостиничного предприятия оказывает существенное влияние на характер отношений с клиентами и партнерами. Формы управления могут быть различными. Они отличаются пропорциями и содержанием функций, структурой и степенью централизации управления Первоначально необходимо выбрать наиболее оптимальную организационно-правовую форму предприятия. В настоящее время в России существуют различные организационно-правовые формы предприятий, а также частное предпринимательство и патент

на определенный вид деятельности. Рассмотрим три наиболее распространенные организационно-правовые формы предприятий.

* Индивидуальный предприниматель;

* Общество с ограниченной ответственностью;

* Закрытое акционерное общество.

* Другие формы управления

Индивидуальный предприниматель

Индивидуальный предприниматель - это физическое лицо, которое самостоятельно занимается хозяйственной деятельностью.

Индивидуальное предприятие имеет следующие плюсы: минимум организационных формальностей; минимум бухгалтерских документов; хозяйственная самостоятельность; нет необходимости вносить уставный капитал (при регистрации это не требуется).

К недостаткам индивидуального предприятия относят: можно стать банкротом, если бизнес потерпит неудачу, к тому же при этом можно лишиться даже собственного имущества, ИП не является юридическим лицом, у ИП нет печати, поэтому у партнеров вызывает меньше доверия, чем лицо юридическое, необходимость принятия всех решений самостоятельно. Серьезные проблемы могут возникнуть у индивидуального предпринимателя в случае его болезни или вынужденного отсутствия. Здесь необходимо заранее продумать этот вопрос.

Индивидуальный предприниматель

1. Ответственность по обязательствам - всем своим имуществом.

2. Бухгалтерия - не требуется официальной бухгалтерии, за исключением записей по НДС и подоходному налогу.

3. Налоги - НДС и подоходный налог.

4. Прекращение деятельности - по Вашему желанию.

5. Регистрация - минимальные сроки.

6. Подготовка отчетов - минимальные сроки.

7. Уставной капитал - не обязательно.

Общество с ограниченной ответственностью

Общество с ограниченной ответственностью представляет собой объединение нескольких физических и (или) юридических лиц для совместной хозяйственной деятельности. Уставный капитал образуется только за счет вкладов учредителей. Общество с ограниченной ответственностью является юридическим лицом и имеет собственное название. Все участники общества с ограниченной ответственностью отвечают по своим обязательствам в пределах своих вкладов. Это отличает данную организационно-правовую форму от частного предпринимателя, поскольку частный предприниматель отвечает по своим обязательствам всем своим имуществом.

Главное достоинство общества с ограниченной ответственностью заключается в том, что платежеспособность каждого участника по обязательствам общества ограничена суммой, внесенной им в уставный капитал в соответствии с договором. Это имеет значение в том случае, если будет необходимо брать большие суммы денег в кредит или большое количество товаров на реализацию, либо же планируете осуществление каких-нибудь рискованных хозяйственных операций. Общество с ограниченной ответственностью продолжает существовать даже в том случае, если некоторые участники решили выйти из него индивидуально, обанкротились или умерли. Это не влияет на состояние общества в целом. Еще одно преимущество состоит в том, что Ваши дети могут стать участниками данного общества по наследству.

Но и эта форма имеет ряд определенных недостатков:

- величина налоговых платежей резко возрастает по сравнению с налоговыми платежами частного предпринимателя;

- существенно увеличивается время на оформление большого количества бухгалтерских документов;

- необходимость официально готовить и сдавать на аудиторскую проверку бухгалтерские отчеты. Они должны быть также представлены участникам на ежегодном собрании учредителей;

- требуется каждый раз раскрывать детали своего бизнеса, представляя в государственные органы необходимую финансовую документацию. В этом смысле частный предприниматель имеет определенные преимущества;

- все участники по договоренности должны внести в общей сложности половину уставного капитала на момент регистрации.

Зарегистрировать общество с ограниченной ответственностью можно самостоятельно; можно обратиться в юридическую фирму, занимающуюся регистрацией предприятий, и, изложив свои требования, с их помощью оформить общество с ограниченной ответственностью; можно купить готовое общество с ограниченной ответственностью. Прежде, чем разворачивать хозяйственную деятельность и начинать заполнять соответствующие финансовые документы, проконсультируйтесь у бухгалтера, который может дать полезные советы о налаживании бухгалтерского дела на предприятии. Это имеет немаловажное значение, поскольку директор несет ответственность за состояние бухгалтерии на своем предприятии. Общество с

ограниченной ответственностью имеет учредительный договор и действует на основании устава. В учредительный договор включается: наименование и тип общества; предмет и цели хозяйственной деятельности; размер уставного капитала; положение об ограниченной ответственности; структуру органов управления и порядок управления; порядок реорганизации и ликвидации и т.д.

Устав должен содержать все основные характеристики общества: тип общества; предмет и цели его деятельности; состав учредителей; фирменное наименование и местонахождение; размер уставного капитала; виды хозяйственной деятельности; процедуры созыва и проведения собраний; права и обязанности директора; смена директора; права и обязанности предприятия; описание процедуры финансового контроля и объявления дивидендов, порядок их выплаты; описание процедуры ликвидации и реорганизации; порядок выполнения обязательств перед кредиторами и бюджетом при ликвидации.

Общество с ограниченной ответственностью

1. Ответственность по обязательствам - ограниченная ответственность: вы теряете только свой вклад в уставный капитал.

2. Бухгалтерия - требуется ведение официальной бухгалтерии и подготовка отчетов в соответствии с официальными требованиями.

3. Налоги - все официальные налоги.

4. Прекращение деятельности - продолжает существовать, пока не будет ликвидировано учредителями.

5. Регистрация - достаточно длительная процедура.

6. Подготовка отчетов - достаточно длительная процедура.

7. Уставной капитал - не менее 100 минимальных окладов.

1. 3 Закрытое акционерное общество

В целом организационно-правовая форма предприятия Закрытое акционерное общество похожа на ООО, но существуют некоторые отличия. Закрытое акционерное общество создается, как и общество с ограниченной ответственностью, одним или несколькими учредителями, но только акционерное общество имеет право выпускать акции, причем эти акции в закрытом акционерном обществе распределяются между его учредителями.

Закрытое акционерное общество не имеет учредительного договора, а вместо него подписывается договор о создании (заявка на регистрацию), хотя этот документ содержит все те же пункты, что и учредительный договор общества с ограниченной ответственностью. Во всех официальных документах перед наименованием предприятия должна присутствовать аббревиатура АО. Ответственность, как и для общества с ограниченной ответственностью - в

пределах стоимости акций участников. Минимальный размер уставного капитала в 100 минимальных размеров оплаты труда.

Закрытое акционерное общество

1. Ответственность по обязательствам - в пределах стоимости своих вкладов в уставной капитал.

2. Бухгалтерия - требуется ведение официальной бухгалтерии и подготовка отчетов в соответствии с официальными требованиями.

3. Налоги - все официальные налоги.

4. Прекращение деятельности - продолжает существовать, пока не будет ликвидировано учредителями.

5. Регистрация - достаточно длительная процедура.

6. Подготовка отчетов - достаточно длительная процедура.

7. Уставной капитал - не менее 100 минимальных окладов.

1.4 Другие формы управления

2.2 ФОРМЫ УПРАВЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В международном гостиничном бизнесе наиболее распространенными являются следующие формы управления :

1. Присоединение к гостиничному консорциуму. Такие компании объединяют независимые отели и небольшие гостиничные группы разного класса, не навязывая собственных стандартов сервиса. Консорциум берет на себя обязательства по продвижению отеля на международных рынках, заключает договора с крупными корпорантами и представляет интересы своих членов в глобальных системах резервирования. Примерами отдельных консорциумов могут служить BEST WESTERN HOTELS (в этот консорциум входит ART HOTEL, новгородский отель “Береста”, “Нептун” в Санкт-Петербурге и во всех прибалтийских гостиницах), SUPRANATIONAL HOTELS (Аэростар). Услуги такой фирмы будут стоить процент от прибыли или ежегодных фиксированных отчислений РОЯЛТИ.

2. Семействаиассоциации. ВРоссии THE LEADING HOTELS OF THE WORLD. В нее входят четыре российских отеля - “Националь”, “Балчуг Кемпински”, “Астория”, “Гранд Европа”. Наряду с разветвленной системой маркетинга, гостиница получает узнаваемое имя и привлекательный имидж. Ассоциации жестко контролируют соблюдение своих стандартов, не вмешиваясь в управление отелем, но оставляя за собой право его исключения из своих рядов в случае нарушений корпоративных норм. Оплата услуг таких компаний складывается из

фиксированного ежегодного членского взноса, не зависящего от текущих доходов отеля и комиссии за бронирование.

3. Сети или группы, построенные на принципах франчайзинга. Известные сети отелей мира продают лицензии на использование их торговой марки и прав на участие в системах сбыта и маркетинга своей сети. Франчайзер заинтересован в привлечении в свою рыночную сеть новых членов. Это является показателем эффективности его работы. Начиная с 1971 г. журнал “Отель” ежегодно публикует рейтинги крупнейших гостиничных сетей. Уже долгое время первой остается компания (FHS Hospitality Franchise System) США - 3413 отеля, второе место занимает сеть отелей Holiday Inn объединяющая около 2500 отелей по всему миру. За место в этом списке идет жесткая конкурентная борьба. Последнее время гостиничные сети объединяют отели не только на условиях договорах о франшизе, популярными становятся аренда и консорциум. Для гостиничной индустрии договор франчайзинга определяет требования к внешнему виду здания, интерьеру номеров, количество номеров и предлагаемые услуги, уровень обслуживания.

Формы оплаты зависят от степени известности франчайзера и составляют:

а) вступительный взнос - единовременный вступительный взнос за стоимость комплекта проектных документов, полного набора инструкций по управлению предприятием, повышение квалификации персонала, до открытия предприятия и в течение времени действия договора.

б) роялти - как правило это 3-4% с каждого сданного номера.

в) рекламные сборы 1-5%.

Исследования, проведенные американскими учеными, свидетельствуют, что половина новых компаний прекращает свое существование уже через 2-3 года после открытия, а через пять лет уровень банкротов 70%. Для компаний работающих по договорам франчайзинга первые 5 лет - 4%.

Российские гостиницы, управляемые по договору франчайзинга:

- “Мариотт” - Мариотт гранд, Мариотт Тверская, Аврора Мариотт Роял Отель - Москва;

- “Ле Меридиан Форте” - Националь, Москау Кантри Клуб;

- “Холидей Инн” - Холидей Инн в Виноградово.

4. Контракт на управление. Управляющая компания, как правило, не имеет никаких имущественных прав на собственность предприятия, хотя есть случаи, когда она частично участвует в собственности.

В содержание контрактов на управление включены следующие пункты:

- наделение управляющей компании правом управления предприятием;

- возложение на собственника всех расходов по текущим операциям, финансовых и оперативных рисков исходящих из прав его собственности;

- защита и освобождение оператора от ответственности за любые действия, за исключением тех, которые совершены по неосторожности или с умыслом;

- срок управления собственностью обычно обговаривается на 5, 10, 20 лет;

- управленческое вознаграждение исчисляется из прибыли предприятия.

Соответственно, чем эффективнее управление тем, выше сумма доходов управляющего. Она составляет 2-4%, по другим источникам 4-8%. Вступительный взнос для высококлассных отелей 100-500 тыс. долларов. Конкуренция между управленческими компаниями эти ставки понижает.

5. Совместное предприятие. В этом случае сеть становится одним из инвесторов проекта, привнося свой капитал, технологии, ноу-хау, участвуя в дальнейшем развитии предприятия.

Примеры:

- Редиссон САС - Редиссон Славянская - Москва;

- Кемпински - Балчуг Кемпински - Москва;

- Аккор (Франция) - Новотель Шереметьево - Москва;

- Шератон - Шератон Палас - Москва.

6. Аренда. В настоящее время аренда как форма управления предприятиями гостеприимства применяется значительно реже, она была популярной в 50-60 гг. Отель арендуется на определенный срок за оговоренный процент с продаж обычно 20-50%. Началась такая кампания с аренды компанией Хилтон одного из отелей в Сан-Хуане (Пуерто-Рико). Как правило, аренда развивается в странах со слаборазвитой экономикой.

В России на сегодняшний день представлены практически все известные международные системы. Некоторые уже уходят с рынка такие как “Софител” и “Интерконтиненталь”, инициатором разрыва является российская сторона. Корпорация “Хилтон” присматривается, но пока ее нет на российском рынке. Не проявили пока никакого внимания компании Юго-Восточной Азии, в настоящее время являющиеся быстро развивающимися.

ГЛАВА III. ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЦ

1. Генеральный директор гостиничного предприятия

Основные функции. Обеспечение руководства всеми сторонами хозяйственной деятельности гостиничного предприятия в соответствии с установленным стандартом в рамках направлений, определяемых финансовым и производственным планом.

Выполняемая работа

1. Назначает и поощряет способных руководителей отделов, проявляя заботу о том, чтобы эти руководители, в свою очередь, готовили собственные кадры компетентных работников.

2. Несет ответственность за утверждение бюджета гостиничного предприятия, охватывающего все стороны деятельности, в сотрудничестве с главным бухгалтером-контролером гостиницы.

3. Руководит деятельностью гостиничного предприятия с наибольшей эффективностью с тем, чтобы достичь максимального объема оказываемых услуг и получения прибыли в соответствии с разработанными планом и сметой.

4. Несет ответственность за принятие всеобъемлющего плана гостиничного предприятия по маркетингу и за проведение в жизнь стратегии реализации продукции наряду с планом рекламной деятельности и связями предприятия с отдельными лицами или общественными организациями.

5. Проводит в жизнь и придерживается единой политики организации труда и других приемов, относящихся к эффективным операциям гостиницы, включая эксплуатацию, программы сбыта, противопожарную безопасность, повышение квалификации кадров, стандарты качества и др.

6. Периодически проверяет и оценивает техническое состояние гостиничного хозяйства и, используя профессиональный опыт, контролирует выполнение плана, направленного на обеспечение максимальной эффективности работы и удовлетворение спроса гостей.

7. Выполняет и пересматривает планы подготовки и повышения квалификации всех сотрудников с целью обеспечения высокого уровня обслуживания, воспитания высоких моральных принципов у работников гостиницы, содействует укомплектованию гостиницы кадрами.

8. Выступает в качестве непосредственного представителя компании, помогает укреплению и расширению связей с соответствующими кругами, способствуя созданию высокого имиджа своей компании.

9. Несет ответственность за поддержание связей с представителями других компаний, информирует их о состоянии дел в гостинице и перспективном планировании.

Осуществляет контроль непосредственно над исполнительными директорами, руководителями отделов.

Под контролем непосредственно вице-президента компании, управляющего районом сбыта.

Ответственность. Отвечает за результаты по расходам и прибыли гостиничного предприятия, сохранение и повышение стандартов качества, за соответствующие изменения, подготовку и контроль кадров гостиничного предприятия.

2. Заместитель Генерального директора

Основные функции. Оказание помощи Генеральному директору в обеспечении хозяйственной деятельности гостиничного предприятия в соответствии с установленным стандартом и финансовыми показателями.

Выполняемая работа

1. Оказывает помощь Генеральному директору в вопросах назначения, повышения квалификации и поощрения способных руководителей отделов, проявляя заботу о том, чтобы эти руководители, в свою очередь, готовили собственные штаты компетентных сотрудников.

2. Оказывает помощь Генеральному директору при утверждении плана и бюджета, охватывающего все стороны деятельности гостиничного предприятия.

3. Оказывает помощь Генеральному директору в вопросах контролирования деятельности гостиничного предприятия с максимальной эффективностью с тем, чтобы достичь максимального объема оказываемых услуг и получения прибыли в соответствии с разработанными планом и сметой.

4. Оказывает помощь Генеральному директору в разработке всеобъемлющего плана гостиничного предприятия по маркетингу и проведении в жизнь стратегии реализации продукции, плана рекламной деятельности и осуществлении связей гостиницы с отдельными лицами или общественными организациями.

5. Оказывает помощь Генеральному директору в осуществлении рациональной организации труда и методов, относящихся к эффективным операциям гостиничного предприятия, включая эксплуатацию, программы обеспечения сбыта, противопожарную безопасность, повышение квалификации кадров, стандарты качества и др.

6. Оказывает помощь Генеральному директору в периодической проверке и оценке технического состояния гостиничного хозяйства с учетом профессионального опыта в выполнении плана, направленного на обеспечение максимальной эффективности и удовлетворение спроса гостей.

7. Оказывает помощь Генеральному директору в выполнении и пересмотре соответствующих планов подготовки и повышения квалификации всех сотрудников с целью обеспечения высокого уровня обслуживания, воспитания высоких моральных принципов у работников гостиницы и содействия в укомплектовании кадрами гостиничной корпорации в будущем.

8. Оказывает помощь Генеральному директору в представлении им компании на месте, в установлении связей с соответствующими кругами, создавая тем самым положительное мнение о гостинице, поддерживает контакты с ее учредителями.

9. В отсутствие Генерального директора замещает его.

10. Занимается всеми неотложными и текущими производственными делами.

Осуществляет контроль непосредственно над руководителями ведущих отделов.

Под контролем непосредственно Генерального директора.

Ответственность и полномочия. Отвечает за постоянную соответствующую работу гостиничного предприятия в рамках направлений, установленных Генеральным директором. Консультирование и руководство начальниками отделов.

3. Начальник отдела маркетинга

Основные функции. Планирование, руководство и контроль подготовки, расширения и реализации программ маркетинга с целью осуществления продажи гостиничных номеров и услуг при получении максимального уровня доходов и прибылей. Руководит и контролирует деятельность высококвалифицированного персонала и работников отдела маркетинга, организацию и обслуживание конференций, групповых встреч и банкетов.

Выполняемая работа

1. Занимается планированием, разработкой маркетинга и программ организации маркетинга, нацеленных на расширение сбыта и рекламирование средств размещения и услуг, при этом поддерживает тесные деловые контакты с Генеральным директором и с отдельными административными или общественными организациями, обеспечивая, таким образом, соответствие гостиничного маркетинга, рекламных программ местным и корпоративным целям по вопросам объема сбыта и прибыльности.

2. Организует, руководит и контролирует поступление заявок от различных местных, региональных, государственных социальных, политических, промышленных, корпоративных и религиозных групп посредством внешних и личных контактов, разговоров по телефону и переписки в целях их стимулирования и резервирования гостиничных номеров, мест для проведения совещаний, конференций, банкетов или других любых мероприятий при получении максимальных прибылей, следуя при этом стандартам качества и обслуживания.

3. Планирует и составляет местные целевые программы, квоты для индивидуального сбыта, общие планы сбыта по отделу или любые другие программы, нацеленные на стимулирование продаж в рамках отдела маркетинга и/или всего гостиничного предприятия и в соответствии с любыми другими задачами маркетинга, поставленными руководством.

4. Развивает и поддерживает тесные служебные контакты с Генеральным директором и всеми другими отделами гостиничного предприятия, включая службу портье, отдел главного бухгалтера-контролера, отдел продуктов питания и напитков, отдел «Паблик рилейшенз» и др., в целях поддержания полной осведомленности в отношении наличия номеров, ценообразования, изменений в политике, выбора меню и т. д., с тем, чтобы дать возможность отделу маркетинга представлять и продавать наилучшие и наиболее современные средства размещения и услуги, доступные клиенту. Вносит изменения в планы по сбыту и/или изменяет меры по осуществлению сбыта, что представляется необходимым для обеспечения наилучших результатов как во время периодов максимального сбыта, так и в период затишья.

5. Развивает и поддерживает тесные служебные связи с конкурентами местного и регионального масштаба посредством личных контактов, через профессиональные и промышленные ассоциации, идя в ногу с достижениями конкурирующих предприятий в деле предоставления услуг, средств размещения, новых программ и расчетов, с тем чтобы сохранить конкурентоспособность гостиничного предприятия и разрабатывать новые методы маркетинга.

6. Несет ответственность за подбор, подготовку и совершенствование кадров отдела маркетинга, включая работников по обслуживанию банкетов и конференций. Планирует и регулирует вознаграждения сотрудников отдела, рекомендуя повышение заработной платы за услуги и в виде поощрения, аттестуя и оценивая показатели работника. Несет ответственность и принимает дисциплинарные меры, вплоть до увольнения из отдела.

7. Координирует, руководит и управляет деятельностью отдела по обслуживанию конференций, включая составление подробных спецификаций для проведения конференций, встреч и организации мероприятий. Сюда относятся непосредственные личные контакты и/или контакты по телефону, и/или переписка с клиентами с целью согласования вопросов помещения для проведения встречи, организации мероприятия, необходимой звуковой и видеоаппаратуры, требований специальных выставок, резервирования для размещения в гостинице наиболее важных участников совещания, и т. д., с тем, чтобы подготовить все необходимое и удовлетворить все пожелания заказчика.

8. Обеспечивает потребности клиентов во время их пребывания в гостинице, наблюдая за работой всех конференций, совещаний и других мероприятий, осуществляя контроль за соответствием обслуживания условиям, оговоренным с заказчиком заранее, отдает распоряжения, с тем, чтобы соблюсти пожелания заказчика и тем самым способствовать развитию деловых контактов.

9. Несет ответственность за сбор данных и подготовку всех отчетов по маркетингу, включая прогнозы, бюджеты, невыполненные заказы, недельные и месячные резервирования, аннулирование заказов и другие сведения, необходимые для осуществления руководством принятия экономически эффективного решения.

Осуществляет контроль непосредственно над:

а) заведующим отделом сбыта;
б) заведующим отделом обслуживания конференций;

в) агентами по продаже услуг;
г) координаторами по организации проведения конференций;
д) канцелярскими работниками, косвенно: над заведующими службой банкетов и общественного питания.

Под контролем непосредственно Генерального директора.

Ответственность

1. Взаимоотношения между членами коллектива. Необходимы высокая степень квалификации, целеустремленность, такт, способность убеждать. Уметь эффективно работать с клиентами и руководителями всех отделов в целях поддержания самых высоких стандартов обслуживания и средств размещения.

2. Материалы или продукты. Несет ответственность за сохранение высокой нормы продажи гостиничных услуг. Осуществляет контроль за фондом заработной платы по отделу, затратами на рекламу и поощрение, а также за всеми канцелярскими накладными расходами.

3. Оборудование. Несет ответственность за все канцелярское оборудование и поставки, а также за оборудование и оснащение гостиничного предприятия, если это может оказать воздействие на увеличение сбыта.

4. Деньги. Несет ответственность за максимализацию доходов и прибыли, за сбыт гостиничных номеров и общественных помещений.

5. Деловые контакты (внутренние). С Генеральным директором, руководителями отделов, персоналом отдела маркетинга и организации банкетов, (внешние) - с руководителями организации конференций, бюро проведения конференций, авиакомпаниями, председателями общественных организаций, местными бизнесменами, местными исполнительными объединениями и др.

4. Заведующий номерным фондом

Основные функции. Организация, планирование, контроль и руководство через заведующих подразделениями работой, связанной с номерным фондом гостиницы, включая службу портье, службу швейцаров, посыльных, носильщиков, административно-хозяйственную деятельность, технику безопасности, телеграфную и телефонную службу, в целях обеспечения наиболее удобного и приятного проживания гостей и максимального использования опыта, накопленного гостиницами, способствуя повторным заказам.

Выполняемая работа

1. Организует, контролирует и руководит службой портье, включая регистрацию, отъезд, службу швейцаров, посыльных и носильщиков, бронирование, кредит, счета гостей, жалобы и предложения гостей, что достигается за счет разработки и проведения эффективной политики

и программ, осуществляемых квалифицированным, заинтересованным, вежливым персоналом в целях обеспечения наиболее удобного и приятного пребывания гостя.
2. Контролирует и руководит подготовкой и анализом отчетов о проверке и прогнозировании использования номерного фонда в течение 3 дней, 10 дней, 3 месяцев и 12 месяцев, включающих бронирование, недозаезд, гарантии, блоки номеров, люксы, специальные просьбы, с тем чтобы осуществлять постоянный контроль за наличием номеров, что обеспечит наивысший процент их занятости при самой высокой допустимой средней стоимости номера.
3. Организует контроль и руководство хозяйственно-административной деятельностью, включая все номера, общественные и подсобные помещения, путем правильной расстановки и использования квалифицированного административно-хозяйственного персонала с тем, чтобы все номера и общественные помещения были чистыми, комфортабельными, уютными, готовыми к продаже и эксплуатации.
4. Контролирует и руководит работой гостиничной прачечной в целях обеспечения эффективного производства чистого белья, необходимого для содержания на самом высоком уровне номеров и пищеблока.
5. Контролирует и руководит экономичной работой технических служб гостиницы, включая высоковольтную подстанцию, освещение и электроэнергию, программы сохранения энергии, системы и службы профилактики и повседневного ремонта и обслуживания, оборудование на случай пожара и обеспечения безопасности с тем, чтобы производственные помещения и коммуникации гостиницы работали с максимальной эффективностью и пребывание гостей проходило в комфортабельной и приятной обстановке. Рекомендует и руководит осуществлением эффективных с экономической точки зрения усовершенствований существующих служб и технических средств, а также крупных проектов путем составления и проверки спецификаций и внесения предложений по заказам на оборудование.
6. Организует контроль и руководство работами по системам безопасности в гостинице таким образом, чтобы обеспечить безопасность гостей и служащих гостиницы и защиту от нанесения ущерба, разрушения и/или потери их собственности и имущества гостиницы.
7. Контролирует руководство работами по всем системам связи в гостинице, чтобы обеспечить правильную установку и бесперебойное действие существующего и нового оборудования и осуществлять все операции по связи для гостей быстро, вежливо, тактично и доброжелательно.
8. Выполняет специальные задания по указанию Генерального директора.

Должности, находящиеся под непосредственным контролем:

а) заведующий службой портье;
б) заведующий хозяйственным отделом;
в) начальник службы безопасности;
г) главный инженер;
д) заведующий прачечной;
е) главный оператор телефонной станции.

Под контролем Генерального директора.
Ответственность и полномочия

1. Взаимоотношения между членами коллектива. Эффективно сотрудничает со служащими на всех уровнях в самой гостинице, представителями профсоюзов и корпоративным персоналом.

Оценивает, координирует и стимулирует работу служащих гостиницы для достижения наилучших результатов на их участках и распространения положительного опыта на все сферы обслуживания.
2. Материальные ценности. Несет ответственность за поддержание максимально возможных высоких стандартов в отношении обслуживания и чистоты в гостинице в соответствии с установленными стандартами.
3. Оборудование. Прямой ответственности не несет. Косвенно отвечает за все материалы и оборудование в гостинице.
4. Деньги. Прямых денежных операций не осуществляет.
5. Деловые контакты (внешние и внутренние). Внешние - все арендаторы, гости, продавцы, представители профсоюзов и руководящие работники гостиничной и туристической индустрии, служащие фирм, правительственных учреждений и объединений, организующих гостиничное хозяйство.

5. Заведующий службой предварительных заказов мест в гостинице

Основные функции. Способствовать максимальному росту доходов гостиничного предприятия посредством контроля за ведением книги регистрации и учета номерного фонда и за системой предварительного заказа мест в гостинице.

Выполняемая работа

I. Производственная.
1. Способствует максимальному росту доходов гостиничного предприятия посредством контроля за занятостью номерного фонда и средней тарифной ставкой стоимости номеров.
2. Руководит работой сотрудников службы портье, принимающих предварительные заказы, регистрацией и обработкой предварительных заказов. Оказывает содействие в этом процессе посредством контроля за ведением книги регистрации номерного фонда, а также обеспечения данными системы «Резерватрон».
3. Изучает тарифные ставки оплаты за гостиничные номера, специальные комплексные программы, категории помещения в целях эффективного управления системой предварительных заказов.
4. Реагирует на жалобы и просьбы клиентов и незамедлительно передает их заведующему службой портье.
5. Работает в тесной связи с заведующим службой портье, администрацией, заведующими отделом маркетинга, кредитного отдела и службы организации банкетов.
6. Готовит отчеты по данным предварительных заказов, статистики, контроля, аннуляции и оплаты.
7. Проявляет обходительное и доброжелательное отношение к гостям, поддерживает хорошие деловые контакты с заказывающими организациями в целях содействия осуществлению экономической деятельности и создания хорошей репутации гостиницы.

II. Общая.

1. Знает меры предосторожности против возникновения пожара и правила обращения со средствами пожаротушения.

2. Посещает собрания по мере необходимости.
3. Содействует в работе службы резервирования мест в гостинице.

Осуществляет контроль непосредственно за деятельностью сотрудников службы портье по предварительному заказу мест в гостинице.

Под контролем со стороны управляющего службой портье.

Ответственность и полномочия. Ответственен за максимальный рост доходов гостиничного предприятия посредством контроля и учета данных для гостиницы, соответствующего использования технических средств службы предварительных заказов, проявляет личную заинтересованность в развитии нормальных отношении с заказывающими организациями.

6. Портье по приему предварительных заказов мест в гостинице

Основные функции. Осуществляет прием и обработку предварительных заказов мест в гостинице по телефону, телексу, почте и лично, быстро и деликатно решает все вопросы, касающиеся предварительных заказов.

Выполняемая работа

I. Производственная.

1. Изучает тарифные расценки оплаты за проживание, комплексные программы обслуживания, категории и помещения в целях эффективного управления системой приема и обработки предварительных заказов.
2. Осуществляет прием и обработку заказов на бронирование как на длительный, так и короткий срок, включая регистрацию и учет в соответствии с установленной методикой.
3. По-деловому, деликатно и доброжелательно отвечает на телефонные звонки, что способствует формированию высокой репутации гостиницы.
4. Следует положениям предоставления кредитов, работает в тесной связи с начальником кредитной службы.
5. Постоянно контролирует состояние номерного фонда, учитывает наличие гостиничных номеров в целях их максимальной реализации.
6. Обрабатывает авансовые депозиты, соблюдая их четкую регистрацию с тем, чтобы на их основе предоставлять кредит гостям.

II. Общего характера.

1. Знаком с мерами предосторожности против возникновения пожара и правилами обращения со средствами пожаротушения.
2. Ведет учет предварительных заказов/корреспонденции в соответствии с установленной системой. Оказывает помощь в работе службы по приему предварительных заказов мест в гостинице.

Под контролем со стороны непосредственно заведующего службой приема предварительных заказов, заведующего службой портье.

Ответственность и полномочия. Портье по приему предварительных заказов мест в гостинице несет ответственность за эффективный корректный прием и обработку предварительных заказов мест в гостинице в целях содействия максимальному росту доходов. Проявляет личную заинтересованность в формировании хороших отношений с заказчиками. Оптимально использует оргтехнику, предназначенную для приема и обработки предварительных заказов.

7. Регистратор

Основные функции. Прием, размещение и регистрация заезжающих гостей, быть в распоряжении службы портье, оформлять выезд гостей и выполнять разную административную работу в связи с упомянутыми функциями. Предоставлять номера гостиницы в целях максимального использования средней тарифной ставки оплаты за проживание. Неуклонно стремиться к обеспечению высокого уровня обслуживания гостей.

Выполняемая работа

1. Принимает, размещает и регистрирует гостей в соответствии с установленной процедурой и возможностями, включая формальности кредитного оформления.

2. Распределяет и закрепляет номера, проводит предварительную регистрацию гостей в соответствии с существующей системой.

3. Предоставляет номера гостям, заезжающим в гостиницу без предварительного заказа, в целях получения максимальной оплаты за проживание.

4. Информирует хозяйственные службы об освобождающихся номерах, ведет учет номеров, сданных под заезд. Проверяет отчеты хозяйственных служб о готовности номеров к заезду. Выявляет случаи расхождения информации в отчетных данных.

5. Занимается проблемами гостей, обратившихся в службу портье.

6. Осведомлен о работе всех действующих форм обслуживания в гостинице, об ежедневном их функционировании и проводимых мероприятиях.

7. Принимает и обрабатывает предварительные заказы мест, принятых службой портье.

8. Соблюдать правила хорошего тона, иметь опрятный внешний вид, добросовестно относиться к работе, стремиться к обеспечению высокого уровня обслуживания гостей.

Под контролем со стороны непосредственно старшего по смене, управляющего службой портье, старшего дежурного администратора.

Ответственность и полномочия. Несет ответственность за корректное отношение к гостям, тесные деловые контакты с другими службами гостиницы, точное исполнение административных функций и обеспечение высокого уровня личного обслуживания гостей.
Источник: https://revolution.allbest.ru/management/00613205_1.html

Вопросы к обсуждению:
1. Как делегируют полномочия?
2. Что входит в права и обязанности руководителей подразделений в гостиницах и ресторанах?
3. Культура управленческого труда

1. Гостиничный менеджмент
2. РАЗДЕЛ 4. Управление персоналом гостиниц и организаций общественного питания
Тема 4.1 Понятие и характеристики персонала
3. Цели занятия.
-сформировать понимание сущности персонала
-изучить систему приема на работу
-изучить кадровую службу предприятий
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и характеристики персонала	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Структура персонала организации по различным признакам	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Система управления персоналом и ее подсистемы на предприятии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Характеристика отдельных подсистем управления персонала	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Характеристика персонала гостиничных предприятий

В учебниках долгое время наиболее распространенными терминами, характеризующими тех, кто выполнял трудовые функции на предприятиях, выступали «работник» или «кадры». Со временем их вытеснил термин «персонал», а XXI в. привнес такое понятие, как «человеческие ресурсы». Близкие по своему смыслу и значению, каждый из этих терминов имеет различное наполнение, характеризуя один и тот же объект с разных сторон.

Трудовой кодекс РФ обозначает работника как лицо, которое вступило «в трудовые отношения с работодателем»1. Поэтому в большинстве официальных документов, тем более в трудовых договорах, одна сторона именуется работником, а другая — работодателем. Работник — это характеристика лица с позиции трудового права, обозначающая то, что с этим лицом заключен трудовой договор и он получает оплату за свой труд.

Если сравнить различные определения понятия «персонал», включая данное в параграфе 2.1, можно заметить, что все они включают в себя такие слова, как «совокупность работников», «все работники», «полный состав работников» и т. д. Работник — это отдельно взятый человек; работники — это некоторая часть людей (не обязательно все), выполняющие свои трудовые функции; тогда как под персоналом понимают работающих на предприятии в целом или каком-то конкретном отделе (цехе) в частности.

В. М. Маслова под персоналом обозначила личный состав организации, который включает в себя «всех наемных работников» и «работающих собственников и совладельцев»[1] [2]. В этом определении акцент сделан на составных элементах персонала, чтобы части дали представление о целом.

Н. В. Федорова и О. Ю. Минченкова трактуют персонал как «совокупность всех работников организации с учетом их личных особенностей», которые взаимодействуют между собой в «определенном пространственном и временном режимах»1. Здесь акцент смещен с перечисления элементов на их поведение, чтобы показать наиболее общие, но характерные для них черты.

Наконец, по мнению М. В. Ерховой, персонал представляет собой «полный состав работников организации» (за исключением руководства), которые выполняют «различные производственно-хозяйственные функции»[3] [4]. Тут определение включает другой термин, а именно «состав работников», с помощью которого автор пытается дать представление о целом через другое целое, синонимичное первому.

Обобщая, можно выделить два существенных признака понятия «персонал»:

• носит собирательный характер;
• определяет общие специфические черты людей как группы работников.

Под кадрами как В. М. Маслова, так и В. Д. Грибов понимают основной или штатный состав работников[5].

Т. К. Руткаускас называет кадрами «совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав»[6]. Эти определения формулируются через другие понятия «штат» и «списочный состав», которые являются более формализованными и встречаются в отчетных документах и законодательных нормах.

Так, в «Инструкции по статистике численности и заработной платы рабочих и служащих на предприятиях, в учреждениях и организациях» приводится полный перечень работников, включенных в списочный состав. Однако там же указаны девять случаев, когда работник не попадает в этот состав, например[7]:

• если работник принят по совместительству и состоит в специальном списке совместителей;
• если работник привлечен для выполнения разовых работ и не состоит в штате предприятия;
• если работник временно направлен на другое предприятие без сохранения заработной платы по месту основной работы и т. д.

Человеческие ресурсы, по мнению И. А. Максимцева и Н. А. Горелова, — это такое трудоспособное население, которое является «материальной основой человеческого потенциала» и характеризует «степень физических и духовных способностей человека»1.

Т. К. Руткаускас считает, что понятие «человеческие ресурсы» намного шире понятий «трудовые ресурсы» и «рабочая сила», поскольку оно отражает активную роль человека в экономике[8] [9].

Н. В. Федорова и О. Ю. Минченкова назвали человеческие ресурсы совокупностью качеств работника, которые отражают его «психологическое, физическое состояние здоровья, уровень общего и специального образования, накопленный производственный опыт» и многие другие параметры[10]. Такие определения явно указывают на роль социально-психологических качеств и возможностей человека как работника какого-либо предприятия.

Соотношение понятий «персонал», «кадры» и «человеческие ресурсы» представлено на рис. 3.1.

Соотношение понятий «человеческие ресурсы», «персонал» и «кадры»
Рис. 3.1 Соотношение понятий «человеческие ресурсы», «персонал» и «кадры»

Поскольку понятие «человеческие ресурсы» интегрирует в себе, с одной стороны, представление о работниках как самостоятельном виде ресурсов гостиничного предприятия наравне с финансовыми или информационными, а с другой — предполагает признавать внутренние социально-психологические особенности личности, склонности и задатки как потенциал всей организации в целом, можно говорить о том, что именно оно является наиболее

всеобъемлющим. Понятие «персонал» призвано обозначать всю общность работников с указанием на то, что они выполняют некие производственные функции и взаимодействуют между собой, а потому оно располагается после термина «человеческие ресурсы». Понятие «кадры» формулируют через штатный состав работников (или списочный состав), который может не включать некоторые категории работников, а потому это наиболее узкий термин.

Однако необходимо учитывать следующее. В контексте управления все эти понятия практически идентичны, так как современный инструментарий воздействия на работников строится на единых принципах и общепринятых концепциях. Современное управление персоналом гостиничного предприятия уделяет достаточное внимание личностным качествам своих сотрудников, не игнорирует индивидуальные особенности и поощряет их творческое развитие, несмотря на то, что понятие «персонал» не заостряет на этом внимание.

Персонал любого предприятия может характеризоваться с позиции трех неотъемлемых составляющих каждого человека:

• физиологической;
• психологической;
• социокультурной (рис. 3.2). [11]

Характеристика персонала гостиничного предприятия. Физиологические характеристики

Рис. 3.2. Характеристика персонала гостиничного предприятия. Физиологические характеристики1

Буквально до середины XX столетия такие характеристики играли несправедливо огромную роль в определении профессиональной пригодности человека на ту или иную должность. Некоторые из физиологических особенностей исправить не представляется возможным: пол, возраст, здоровье (хронические заболевания), цвет кожи. Другие могут быть подвергнуты корректировке, например, выносливость или работоспособность. Сегодня законодательно запрещается отказывать в приеме на работу по половому, возрастному, национальному признаку, однако индустрия гостеприимства — одна из немногих отраслей, которая продолжает нарушать эти требования. На многие вакансии в гостиничные предприятия требуются лица определенного пола, конкретного возраста, а порой и требуемой национальности, что, безусловно, противоречит еще и этическим нормам. Однако есть и положительные тенденции. Наблюдения показали существование разницы в уровне потребностей, мотиваторах, поведении в коллективе у людей разных полов, возрастов, национальностей, что используется управленческой науке для разработки индивидуальных подходов.

Психологические характеристики формируются у каждого человека с рождения и утверждаются в раннем детстве, а потому со временем они крайне невосприимчивы к попыткам их изменения. Разделить персонал по такому критерию важно для его корректной расстановки, что создаст благоприятный климат в коллективе. Например, для каждого работника свойственен индивидуальный уровень коммуникабельности — не просто способности вести беседы, а внутреннего желания общаться и поддерживать разговор. Таланты, склонности и увлечения могут способствовать эффективному выполнению работы, если она каким-либо

образом пересекается с интересами работника. Определенный образ мышления также позволяет быстрее справляться с теми или иными заданиями.

Социокультурные характеристики формируются в течение жизни и могут достаточно легко подвергаться корректировке в зависимости от внешней среды. Мотивация человека зависит от материального достатка его семьи, интереса к выполняемой работе; дисциплинированность связана с реакцией руководства на нарушения распорядка труда; знания и навыки появляются по мере необходимости, равно как и уровень образования и квалификации. Выявить их намного проще, чем психологические, а их влияние на занимаемую должность в разы выше.

Менеджер, который работает в гостиничном предприятии, должен быть знаком с основами психологии человеческого поведения, поскольку взаимодействие между людьми — неотъемлемая часть индустрии туризма.

Персонал любого гостиничного предприятия характеризуется таким показателем, как численность.

Под численностью персонала можно понимать специальный статистический показатель, который отражает общее количество занятых на предприятии. Численность персонала состоит:

- из работников, включенных в списочный состав;
- внешних совместителей;
- работников, заключивших гражданско-правовой договор;
- иных лиц не списочного состава.

Данный показатель необходим на стадиях планирования персонала для определения будущей численности работников и контроля с целью выяснения соответствия между текущим количеством сотрудников и требуемым. Кроме того, работодатель обязан передавать в органы статистики определенную информацию, состоящую из подобных показателей.

В современной практике принято выделять списочную численность, явочную численность, численность фактически работавших, а также все эти показатели, взятые в среднем за какой-либо определенный период.

Списочная численность работников — это численность всех работников предприятия, принятых на постоянную, сезонную или временную работу на срок более одного дня, независимо от того, явились они на работу или нет. Сюда относятся как те, кто каждый день является на работу, так и те, кто по каким-либо причинам на работу не выходит (командировка, болезнь, отпуск и др.).

Среднесписочная численность работников используется для расчета производительности труда, средней заработной платы, коэффициента оборота кадров и исчисляется как сумма численности работников списочного состава за каждый календарный день отчетного периода, включая выходные и нерабочие дни, деленная на число календарных дней этого периода. Для расчета этого показателя необходимы данные о численности списочного состава работников за

каждый день отчетного периода, что возлагает на отдел кадров необходимость уточнять и сверять этот состав с приказами о приеме, переводе и иных перемещениях работников.

Явочная численность работников — это те работники из списочного состава, которые явились на работу, независимо от того, приступили они к ней или нет.

Средняя явочная численность работников демонстрирует, сколько в среднем работников за определенный период явилось на работу и исчисляется как отношение суммы явок работников на работу в днях к числу рабочих дней периода.

Численность фактически работавших работников — это работники из списочного состава, которые не просто явились на работу, а приступили к ее выполнению.

Средняя численность фактически работавших работников показывает, сколько в среднем работников фактически работало в определенном периоде и рассчитывается как сумма отработанных дней работниками, деленная на число рабочих дней периода.

Персонал гостиничного предприятия находится в постоянной динамике: одни работники выходят на пенсию, увольняются, другие, наоборот, принимаются на работу бессрочно или срочно. То есть персонал предприятия находится в постоянном движении, которое характеризуется показателем «оборот персонала».

Необходимый оборот персонала предполагает выбытие работников по независящим от него причинам, например, призыв в армию или сокращение штата. Излишний оборот персонала связан с людьми, чье увольнение связано с его волеизъявлением или поведением, например, увольнение за пьянство или по собственному желанию (не устраивает график работ, коллектив, начальство и др.).

Чрезмерный оборот персонала характеризует текучесть кадров — скорость потери компанией своих сотрудников. Иногда этот показатель называют «индексом вращающихся дверей». Для гостиничного бизнеса он очень высок, что одновременно является как особенностью труда персонала в гостиничных предприятиях, так и проблемой для всего гостиничного сектора.

Специфика отрасли гостиничной индустрии наносит большой отпечаток на социальный климат и условия труда персонала, привнося в них некоторые особенности, которых лишены многие другие сферы экономики. Каждое гостиничное предприятие находит свои пути адаптации к этим особенностям.

Рассмотрим основные особенности функционирования гостиничных предприятий с точки зрения персонала.

Высокая текучесть кадров это одна из главных «болезненных точек» всего гостиничного бизнеса, имеющая как многочисленные причины, так и целый спектр неприятных последствий. Текучесть кадров возникает в первую очередь из-за сезонного характера работы гостиниц и отелей. Пик увольнений работников чаще всего связан с началом или окончанием высокого сезона. Окончание сезона, как правило, знаменуется принудительными увольнениями и

сокращением штата, однако уход сотрудников также связан с ожидаемым понижением заработной платы. В низкий сезон загруженность гостиницы минимальна, объем работ персонала снижается, что приводит к сокращению рабочих часов у сотрудников некоторых служб и позиций в целях оптимизации расходов. Иногда при сохранении часов и базового оклада персонал теряет премиальные выплаты и надбавки. Наиболее чувствительными категориями работников к данному фактору являются официанты, администраторы стойки ресепшен, бармены, носильщики — все те, кто получают дополнительное вознаграждение в виде чаевых или бонусов от продаж (оказания услуг).

Начало низкого или высокого сезона зачастую становится поводом для смены работы или образа жизни, в основном у линейного

персонала, который в наибольшей степени подвержен переменам в профессиональном и личном направлениях. Не редкость, когда молодые сотрудники к летнему сезону решают сменить место жительства, а более старшие с началом садового сезона переселяются за город.

Во-вторых, высокую текучесть кадров создает проблема удержания новых сотрудников. В течение первого года работы склонны увольняться выпускники вузов и люди, не работавшие ранее в гостиничном секторе. В основном причина их увольнения кроется в плохо организованной системе адаптации нового персонала. Отсутствие наставничества, планомерного ввода в корпоративную культуру предприятия и каких-либо объяснений о сущности гостиничного предприятия приводят к социальной и трудовой дезориентации молодых работников, а затем и увольнению.

В таких условиях персоналу со стажем работы становится крайне некомфортно работать. Напряженный психологический климат в коллективе приводит к отсутствию должного взаимодействия между работниками, взаимному недопониманию, конфликтам. Это, кстати, становится еще одной причиной увольнения.

Высокий удельный вес женского персонала - в современном мире именно гостиничная сфера стала одной из наиболее привлекательных для женщин. Персонал гостиничных предприятий, по разным данным, на 60—80 % состоит из женщин. Многие департаменты, например, прачечная или house keeping (горничные) состоят из женщин на 100 %, в других отделах их в 2—3 раза больше, чем мужчин. Исключением являются две традиционно мужские службы: инженерно-техническая и отдел безопасности. Особенно заметно преобладание женского пола на линейных позициях: это связано с необходимостью многих служб обеспечить приветливый прием, комфорт и уют гостям, что, как считается, у женщин получается намного лучше. Несмотря на то, что на управляющих позициях в целом доля женщин падает до 30 %, в гостиничной сфере до определенного уровня нет так называемого стеклянного потолка для женщин. В России на сегодняшний день многие женщины занимают должность генерального менеджера в отелях международного уровня.

Высокая доля женщин в коллективе обуславливает специфический характер корпоративной культуры и предполагает использование особых подходов в управлении.

Низкоквалифицированные виды работ и должности с низким социальным статусом - большинство должностей в гостиничном предприятии не требуют у работника наличия высшего образования, определенной квалификации или специализированных навыков и умений. Стереотип о «непрестижности» должностей приводит к снижению социального статуса работника. Такое видение влечет за собой ситуацию, когда работник стыдится занимаемой должности перед друзьями, коллегами, родственниками, что приводит к выполнению производственных функций без энтузиазма и внутреннего желания. Более того, поддержание стереотипа все больше снижает общую привлекательность таких должностей на рынке труда, а значит, и спрос на них. Руководство должно прикладывать все усилия для того, чтобы создать достойные и презентабельные условия труда для людей, занимающих такие должности.

Имеют место быть случаи, когда на работников подобных должностей оказывается сильно негативное управленческое воздействие, так называемое давление. Это создает эффект незащищенности отдельных категорий сотрудников, что приводит к негативному восприятию конкретных должностей в целом. Современные методики управления персоналом давно отказались от подобных подходов, признав их неэффективными.

Высокая интенсивность работы, сверхурочные работы - режим работы персонала гостиничного предприятия определяется одной главной целью — организовать бесперебойную работу средства размещения. Поэтому стандартный график работ линейного персонала может составлять: два рабочих дня по 12 ч через два выходных; рабочие сутки через три дня выходных; три смены через три дня выходных. В высокий сезон при нехватке людей и максимальной заполняемости руководство может просить работников выходить на работу в выходные дни, оставаться на работе сверхурочно, мотивируя денежным вознаграждением или дополнительными выходными днями. Кроме того, три четверти персонала гостиницы выполняют подвижную работу, интенсивность которой достигает предела в дни полной загрузки гостиницы. Соответственно, такой график работ подходит не каждому человеку в силу возраста, состояния здоровья, темперамента.

Невозможность обеспечить жесткую регламентацию труда - в отличие от материального производства, где сформированы четкие требования и критерии к труду работников, разработана система контроля качества, гостиничная индустрия не в состоянии так типизировать процесс оказания услуг. Выполнение различных действий в цепочке предоставления гостиничной услуги тесно связано с индивидуальными особенностями конкретного работника, и никакая стандартизация не сможет придать услуге обезличенный характер.

Большая роль мотивации в работе - способы мотивации персонала выступают одними из главных вопросов менеджеров в гостиничных предприятиях. Контактируя с богатыми гостями, оказывая услуги капризным клиентам, выслушивая жалобы, персонал должен быть хорошо мотивирован следовать эстетическим нормам коммуникации и сохранять абсолютное расположение ко всем клиентам.

В гостиничной сфере как нигде важно грамотно сочетать негативные методы воздействия с позитивными, взвешенно использовать концепцию «кнута и пряника».

Высокая текучесть кадров, высокий удельный вес женского персонала, низкоквалифицированные виды работ, высокая интенсивность работы, невозможность обеспечить жесткую регламентацию труда, большая роль мотивации — все эти аспекты в работе персонала гостиничного предприятия давно перестали быть проблемами, поскольку они являются неотъемлемой частью гостиничного бизнеса в целом. Мы называем их особенностями — теми факторами, под которые управляющему составу нужно подбирать свои методы воздействия.

Источник:
https://studme.org/354230/menedzhment/personal_gostinichnyh_predpriyatiy_obekt_upravleniya

Вопросы к обсуждению:

1. Какова сущность персонала?
2. Как происходит обучение персонала в гостинице?
3. Характеристика отдельных подсистем управления персоналом гостиницы

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 4. Управление персоналом гостиниц и организаций общественного питания

Тема 4.2 Карьера персонала в гостинице и организации общественного питания

3. Цели занятия.

-изучить структуру персонала гостиницы и ресторана

-знать критерии оценки сотрудников

-знать способы подбора и отбора персонала

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Структура персонала гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Система управления персоналом и ее подсистемы на гостиничном предприятии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Характеристика отдельных подсистем управления персоналом гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
4	Организационные структуры службы управления персоналом в гостиницах	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Развитие персонала — это комплексный и непрерывный процесс всестороннего развития личности работников организации с целью повышения эффективности их работы. Возможности развития должны быть предоставлены всем желающим, так как развитие повышает не только эффективность работы компании, но и гибкость ее управления, улучшает моральный климат в коллективе, облегчает делегирование полномочий. В то же время игнорирование фирмой потребности в развитии персонала усиливает в организации текучесть кадров.

Развитие персонала в организациях гостиничной индустрии должно представлять собой систему взаимосвязанных действий, элементами которой являются выработка стратегии, прогнозирование и планирование потребности в работниках той или иной квалификации, управление карьерой и профессиональным ростом, организация процесса адаптации, обучения, формирования корпоративной культуры.

В настоящее время принципиальным образом расширяются диапазон и содержание требований к профессиональным качествам работника в сфере туризма. К общепринятым требованиям четкой дисциплины, высоких исполнительских качеств, ответственности, инициативы и творческой заинтересованности в самом труде добавляются такие как: самомотивация, гибкость, организаторские способности, готовность и способность к профессиональному развитию, умение ставить и решать проблемы, готовность работать в экстремальных ситуациях, здравый смысл, бережливость, доброжелательность, неприятие коррупции и др.

В целом система развития персонала организации состоит из комплекса элементов, содействующих повышению кадрового потенциала организации в соответствии с ее целями. К числу элементов системы развития персонала организации сферы туризма относятся:

• элемент организационной структуры (штатное расписание);

• элементы развития кадрового потенциала: профессиональная карьера, ротация, замещение должностей;

• элементы развития личного потенциала: переквалификация, повышение квалификации;

• информационные элементы: анализ рынка образования, анализ предложений и спроса на образование внутри организации, персонифицированная система данных о развитии кадров, результаты аттестации и оценки работы персонала.

Развитие — это процесс закономерного изменения, перехода из одного состояния в другое, более совершенное, переход от старого качественного состояния к новому, от простого к сложному, от низшего к высшему. Данное понятие позволяет дать более развернутое определение понятию развитие персонала — это целенаправленное систематическое развитие

работников, ориентированное на достижение целей организации путем расширения и углубления имеющейся профессиональной компетенции, обучения новым квалификациям, а также повышения мотивации и организационных возможностей организации использовать весь потенциал работника; процесс подготовки персонала к выполнению новых производственных функций, занятию новых должностей, решению новых задач.

В различных источниках процесс развития управленцев рассматривается с разных позиций. Так, отмечается, что успешное развитие управленческого персонала построено на трех факторах: знаниях, мотивации и поведении сотрудников. На наш взгляд, к данному списку целесообразно еше добавить такую составляющую, как информированность работника, поскольку информация, полученная руководством или сотрудником компании в нужное время в соответствующей форме и с определенным объемом содержания, играет решающую роль при принятии управленческого решения и тем самым способствует развитию как отдельного работника, так и всей организации в целом.

Часто отсутствие информирования сотрудников в организации становится причиной принятия ими необоснованных решений и неэффективного расходования времени, а также возникновения ошибок в работе. Это соответственно приводит к росту неудовлетворенности работника собой и взаимоотношениями в коллективе, что, разумеется, не способствует формированию в организации единой корпоративной культуры.

Система информирования сотрудников в организации представляет собой совокупность передаваемой информации, каналов ее распространения, мероприятий и указаний руководителя по информированию персонала, а также правил работы с информацией. В настоящее время большинство туристских фирм относится к средним или небольшим предприятиям. Чем меньше компания, тем больше в ней влияние неформальных отношений и соответственно неформальных потоков информации. Если руководство компании уделяет недостаточное внимание информированию сотрудников, они самостоятельно восполняют недостаток сведений такого рода. Причем домысливание носит, как правило, негативный характер. Естественно, это влияет на атмосферу в компании, отражается на работе с партнерами по бизнесу и с клиентами.

Для формирования эффективной системы информирования в организации гостиничной индустрии целесообразно: правильно определить содержание и объемы информации; время, сроки получения информации, периодичность; адекватные методы доведения информации до исполнителей; формы предоставления информации от сотрудников руководству. На практике информационный поток от руководства к сотрудникам является самым проработанным и обязательно сопровождается контролем за исполнением.

В таблице 1.15 представлен примерный перечень тем и способов информирования сотрудников компании. Выбор оптимального способа предоставления информации зависит от ее содержания и размеров организации гостиничной индустрии. Практически для всех организаций универсальным методом информирования персонала является совещание, но в зависимости от поставленных задач виды совещаний могут различаться.

Руководство компаний, специализирующихся в сфере туризма, часто не уделяет должного внимания получению информации от сотрудников и обмену информацией между сотрудниками (подразделениями). Однако это неверный подход, так как знание такой информации позволяет руководству всегда быть в курсе того, что происходит в организации, знать мнения и настроения подчиненных, получать их поддержку и поддерживать интерес к жизни компании. Для установления такой обратной связи между руководством туристских организаций и персоналом используются различные методы, представленные в табл. 1.16.

Таблица 1.15

Возможные методы информирования сотрудников в организации гостиничной индустрии [12]

Вид информации

Метод информирования сотрудников

Стратегия и перспективы развития организации, ее миссия, цель и задачи

Совещания в начале года по мере внесения корректив в стратегию, цели; ознакомление каждого сотрудника с документами, стратегией, целями и задачами под роспись либо представление личной копии

Корпоративные ценности организации, имидж

Письменно оформленные корпоративные ценности; ознакомление под роспись со стандартами работы; личная копия каждому сотруднику; лозунги и фирменная символика в организации; личное информирование руководителем; использование видеоматериалов, семинаров, музея компании, внутрифирменных выставок

Все значимые события в жизни организации

Личное информирование руководителем; корпоративные праздники; внутрифирменные издания; сайт организации; совещания

Достижения компании

Личное информирование руководителем; устный отчет на оперативном или специально организованном совещании; письменные годовые отчеты; новые рекламные материалы; электронная почта; семинары, конференции; внутрифирменные издания

Кадровые перемещения, новые функции работников

Совещания; приказы, распоряжения, размещенные на информационных стендах; должностные инструкции; положения об отделах; информационные стенды; внутрифирменные издания

Информация о персонале

Совещания; стенды и другая наглядная информация; личное информирование руководителем, менеджером по персоналу; электронная почта, внутрифирменные издания

Внутренняя распорядительная документация

Совещания; ознакомление с приказами, распоряжениями под роспись; стенды и другая наглядная информация

Нововведения и их предварительное обсуждение

Совещания и другие формы обсуждения

Маркетинговая

информация

Совещания и другие формы обсуждения; ознакомление сотрудников с аналитическими документами на совещаниях, семинарах

Регламентирующие документы

Сборники регламентирующих документов, правил, стандартов, форм; личное информирование сотрудников; стенды

Таблица 1.16

Методы получения информации у работников организации гостиничной индустрии [12]

Вид информации

Метод получения информации

Фактические данные о текущем состоянии дел в организации

Письменные отчеты за определенный период времени или отчеты о выполнении определенных заданий; устный отчет на оперативных совещаниях

Предложения по нововведениям в организации и отношение к ним сотрудников

Опрос и обсуждение на совещаниях; опрос-анкетирование, семинары

Экспертное мнение

Персональные задания; личная беседа с сотрудником; письменное заключение сотрудника

Наиболее сложным участком в системе информирования организации гостиничной индустрии является обмен информацией между сотрудниками (подразделениями) компании. Это направление информирования неразрывно и всецело зависит от особенностей организации, ее размеров, целей функционирования, организации деятельности.

Если обмен информацией между сотрудниками (подразделениями) организации является важным моментом управления, то необходим четкий анализ всех бизнес-процессов организации гостиничной индустрии, предполагающий исследование каждым сотрудником следующих вопросов: кто от кого получает информацию, кому передает, в какие сроки и каким образом, какой информации и от кого не хватает и пр. Анализ полученных данных позволит восполнить недостающие или неэффективные потоки информации и способы их предоставления. Данная систематизация и описание полученных результатов анкетирования и анализа позволяют руководству компании уточнить должностные инструкции сотрудников по их взаимодействию с сотрудниками из других подразделений организации или друг с другом.

Кроме того, дополнительным инструментом обмена информацией между подразделениями туристской организации является использование информационных технологий управления, которые предполагают хранение и обработку большого объема информации, необходимой для формирования и реализации туристского продукта.

Немаловажную роль в развитии способностей персонала играет мотивация работников, которая представляет собой совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека к деятелыюсти, задающих границы и формы деятельности и придающих этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей. Влияние мотивации на поведение человека индивидуально зависит от множества факторов и может меняться под воздействием обратной связи со стороны деятельности человека.

Мотивация труда — это стремление работника удовлетворить свои потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности. В структуру мотива труда входят:

• потребность, которую хочет удовлетворить работник;
• благо, способное удовлетворить эту потребность;
• трудовое действие, необходимое для получения блага;
• цена — издержки материального и морального характера, связанные с осуществлением трудового действия.

Мотивы труда формируются только тогда, когда трудовая деятельность является если не единственным, то основным условием получения блага. Если же критерием в распорядительных отношениях служат статусные различия, стаж работы, принадлежность к определенной социальной группе, то формируются мотивы служебного продвижения, получения должности, закрепления за рабочим местом и т.д., которые не обязательно предполагают трудовую активность работника, так как могут достигаться с помощью других видов деятельности.

Знание логики процесса мотивации не всегда дает существенные преимущества в управлении этим процессом. Можно указать несколько факторов, которые усложняют и делают неясным процесс практического развертывания мотивации:

• неочевидность мотивов;
• изменчивость мотивационного процесса;
• различие мотивационных структур отдельных людей.

Очевидно, что процесс мотивации очень сложен и неоднозначен.

В каждой организации гостиничной индустрии в зависимости от ее целей, структуры управления, квалификации персонала, возможностей и потребностей работников складывается своя система мотивации (табл. 1.17).

Система мотивации персонала организаций гостиничной индустрии находится в постоянной динамике, развивается, наращивается в зависимости от потребностей организации. Следовательно, данную систему необходимо непрерывно поддерживать и корректировать в соответствии с внутренней и внешней средой организации гостиничной индустрии.

Возможные элементы мотивации персонала в организациях гостиничной индустрии

Таблица 1.17

Вид материального стимулирования персонала

Вид морального стимулирования персонала

Система оплаты труда: оклад, проценты с продаж, оклад + фиксированная премия, фиксированный оклад + нефиксированная премия и т.д.

Информирование сотрудников о внутренней и внешней политике компании

Социальный пакет (медицинское обслуживание и страхование персонала)

Планирование карьеры работников (вертикальное и горизонтальное)

Компенсация использования личного автомобиля, частичная оплата мобильного телефона

Предоставление персоналу интересующего его направления работы

Обучение персонала (краткосрочное и длительное, стажировки и т.д.)

Оценка и поощрение хорошо выполненной работы: объявление благодарности, вручение грамот и т.д.

Возможность взять у организации кредит (ссуду) на установленную сумму на приобретение квартиры, машины и т.д.

Делегирование полномочий, повышение ответственности сотрудников (наставничество над учениками, контроль за соблюдением стандартов качественного обслуживания и т.д.)

Материальная помощь в случае форсмажорных обстоятельств

Персональное внимание (прямое/ косвенное) со стороны непосредственного руководителя

Дотации на питание

Профессиональное развитие (работа в разных направлениях), карьерный рост

Дотации (полные или частичные) на поддержание корпоративного стиля одежды

Существование известного, популярного имиджа у компании

Путевка один раз в год в любую страну по выбору и т.д.

Наличие корпоративной культуры

Поведение управленцев как фактор их развития стало играть все более заметную роль при групповом управлении, солидарном стиле лидерства. Без учета особенностей поведения, взаимоотношений, межличностных и неформальных коммуникаций, а только на основе повышения знаний и возможностей нельзя обеспечить развитие управленческого персонала.

В процессе развития и формирования работника в организации гостиничной индустрии особую роль играют знания. Развитие работников прежде всего связано с приведением их знаний в соответствие с их возможностями. В рамках своих возможностей и на основе собственной деятельности они и развивают свой опыт.

В различных работах рассматриваются особенности профессионального развития как процесса подготовки сотрудников к выполнению новых функций, занятию новых должностей, решению новых задач, т.е. развитию новых компетенций. Организации гостиничной индустрии используют специальные методы и системы управления профессиональным развитием личности — управление профессиональным обучением, подготовку резерва управленцев, развитие карьеры, представляющие собой процесс непосредственной передачи новых профессиональных навыков и знаний сотрудникам компании.

Обучение для персонала российских туристских организаций имеет особое значение, так как экономическое возрождение такой отрасли экономики, как туризм, невозможно без квалифицированных управленческих кадров, владеющих современными знаниями и навыками успешного решения задач функционирования сферы туризма. К сожалению, в настоящее время во многих организациях гостиничной индустрии мало дипломированных специалистов, которые получили специальную подготовку в области туризма. Большинство специалистов осуществляют управление организациями гостиничной индустрии не на основе знаний в сфере

управления туристским комплексом, а руководствуясь преимущественно знаниями и опытом, полученными ранее, интуицией и здравым смыслом.

Обучение — это не просто получение новых знаний, знакомство с новыми возможностями и новыми решениями. Результатом обучения должна стать способность персонала находить все более эффективные решения в каждодневной деятельности туристской организации.

Специфика обучения персонала для гостиничной индустрии определяется структурой и содержанием его профессиональной деятельности. Среди важнейших задач, которые призвано решить обучение кадров для сферы туризма, можно выделить следующие:

• дать знания, необходимые для успешного решения стоящих перед работниками задач;
• помочь персоналу лучше понять и систематизировать уже имеющийся опыт;
• обучить навыкам и умениям, необходимым для эффективного управления организациями гостиничной индустрии;
• дать возможность творчески переосмыслить свою повседневную работу и стимулировать потребность в совершенствовании собственной работы;
• способствовать развитию у сотрудников установок, направленных на успешное достижение целей как отдельных подразделений, так и туристской организации в целом.

Поскольку важнейший итог обучения персонала для организаций гостиничной индустрии — это повышение эффективности их деятельности, а как следствие, деятельности всей туристской отрасли, то при подготовке учебных программ целесообразно особое внимание уделять соблюдению тех принципов (табл. 1.18), которые создают более благоприятные возможности воздействия на установки работников и повышают их готовность использовать полученные знания в своей собственной работе. При данном подходе к обучению персонала сначала определяется модель (профиль) специалиста, которая во многом формирует цели образования; приводится модернизированная классификационная шкала Б. Блума, используемая в США в национальном масштабе.

Таблица 1.18

Принципы формирования учебных программ для подготовки специалистов в области туризма

Название
принципа
Его содержание
Метод достижения
Активность

Использование методов активного обучения, требующих высокой степени активности и личной включенности обучающихся в учебный процесс

Минимизация использования в процессе обучения лекционной подачи материала
Ориентация на практическое использование полученных знаний
Тесная связь содержания занятий с каждодневной управленческой практикой

Групповое обсуждение вопросов малыми группами обучающихся

Командная работа

Разработка навыков командной работы

Оптимальное распределение функций между обучающимися при выполнении учебных заданий

Проектная работа

Форма закрепления полученных знаний и развитие имеющихся навыков

Подготовка в ходе учебного процесса различных проектов повышения эффективности разнообразных направлений деятельности организации

Адаптированный к учебно-профессиональной деятельности вариант данной квалификационной шкалы включает следующие характеристики:

• данные — умение механически отображать (например, фиксировать и передавать) информацию или сведения о происходящих событиях;

• информация — упорядоченное, полное отображение (представление) знаний и явлений, в том числе коммуникация;

• знания — умение воспринимать, запоминать и владеть знаниями. В том числе умение выявлять, распознавать свойства и отношения концепций, теорий, идей, реальных явлений и систем;

• навыки и умения — умение овладевать и осуществлять (воспроизводить) известные способы деятельности — правила, инструкции, описание действий, алгоритмы, моторные навыки, стандартные методы принятий решений и т.д.;

• понимание — умение применять концепции и теории к типовым задачам, воспроизводить недостатки и совершенствовать алгоритмы и простые системы по стандартным правилам; умение репродуцировать;

• творчество — умение творить, создавать, синтезировать, принимать решения, проектировать, планировать изменение объективной реальности в нестандартных, проблемных ситуациях;

• реализация — умение управлять на практике реализацией планов, создавать будущее в условиях значительной неопределенности (продуктивность);

• развитие — умение выявлять и корректировать неадекватные ментальные модели на основе соотнесения реального и планируемого хода событий с привлечением своего опыта, новых данных и результатов дискуссий с другими руководителями;

• видение — умение мыслить стратегически, на уровне изменения целей и культуры, управлять поведением больших систем, снимать проблемы в самом начале их развития;

• провидение — умение устранять саму возможность возникновения серьезных проблем, предвидеть, менять правила игры.

В идеале каждая организация должна составить свой профиль компетентности работника, ориентированный на ее стратегические задачи. При этом в первую очередь дифференциация будет проходить по ориентации организации на проведение изменений, стабильное развитие или свое будущее.

Для соответствия данным требованиям к модели развития квалифицированного работника организация учебного процесса должна быть ориентирована на практику и продуктивную деятельность. Практикоориентированный учебный процесс может включать следующие

учебные мероприятия: очные групповые занятия, самостоятельную работу с литературой, письменные работы, работу в группах взаимоподдержки, консультации преподавателя. Эффективность и гармоничность этому комплексу придает оптимальное сочетание очных и дистанционных методов обучения, а также наличие у обучающихся определенной степени свободы в выборе наиболее подходящих для них форм обучения и глубины их использования.

В настоящее время в России широко используется один из подходов к корпоративному обучению и развитию персонала — обучение действием. Эта технология была разработана английским ученым и исследователем Р. Ревансом как один из способов обучения персонала без отрыва от производства. Еще в 40-х гг. прошлого столетия Р. Реванс обратил внимание на тот разрыв, который существует между книжными знаниями и их практическим применением. Занимаясь исследованиями этого вопроса, он пришел к выводу, что знания могут быть только результатом действия, что было положено им в основу технологии обучения действием. К принципиальным особенностям данной технологии обучения относится следующее:

• обучающиеся работают над реальными задачами, а не над упражнениями или искусственными ситуациями;

• обучающиеся учатся друг у друга, а не у так называемого учителя;

• обучающиеся имеют редкую возможность начать свою карьеру в данной организации с нуля, работая над реальными проектами, реализуемыми компанией;

• обучающиеся осуществляют внедрение полученных результатов и не тратят время на подготовку доклада, плана или рекомендаций;

• процесс обучения действием способствует возникновению нового мотива в практической деятельности каждого обучающего.

Анализируя возможности практического применения технологии обучения действием, следует отметить ее эффективность при решении вопросов развития персонала и подготовки резерва кадров, которые актуальны при формировании корпоративной культуры. Однако в технологии обучения действием есть определенные недостатки: непредсказуемость результатов; обязательная всесторонняя поддержка высшего руководства туристской компании.

Дальнейшее направление в развитии управленческого персонала в России должно представлять собой синтез перспективных и западных методов обучения, в том числе интенсивных технологий с учетом позитивного опыта функционирования в недалеком прошлом отечественной системы повышения квалификации персонала.

Обучение персонала для большинства российских организаций гостиничной индустрии в настоящее время приобретает особое значение. Это связано с тем, что работа в условиях рынка предъявляет высокие требования к уровню квалификации персонала, знаниям и навыкам работников: знания, навыки, установки, которые помогали успешно работать в прошлом, в настоящее время теряют свою действенность. Очень быстро изменяющиеся внешние и внутренние условия функционирования организаций гостиничной индустрии ставят перед большинством российских туристских организаций задачу подготовки персонала к происходящим изменениям.

Достижение долгосрочных и краткосрочных целей, необходимость повышения конкурентоспособности и проведение организационных изменений требуют опоры на хорошо спланированную и четко организованную работу по обучению персонала. При этом задача подготовки персонала не ограничивается передачей работникам тех или иных знаний и развитием у них необходимых навыков. В ходе обучения работникам передается информация о текущем состоянии дел и о перспективах развития организации. Кроме того, обучение призвано повышать уровень трудовой мотивации, приверженности персонала своей туристской организации и включенности в ее дела, а также должно способствовать развитию корпоративной культуры.

Несмотря на существующие финансовые сложности, большинство российских туристских организаций расходы, связанные с обучением персонала, рассматривают как приоритетные и необходимые (табл. 1.19). Все больше организаций сферы туризма проводят широкомасштабное обучение персонала разных уровней, понимая, что именно обученный, высококвалифицированный персонал и будет решающим фактором в выживании и развитии компании.

Однако в то же время многие из организаций туристской отрасли не проводят обучение работника перед его повышением в должности. Задачей данного обучения является подготовка сотрудника к работе в новой должности, к решению нового круга задач. Если для западных компаний совершенно естественной является практика, когда руководитель, получающий повышение в должности, прежде чем приступить к работе на новом месте, проходит курс обучения, готовящий его

Таблица 1.19

Мотивы обращения организаций гостиничной индустрии к образовательным программам [16], %

Должность

Критерий мотивации

Директора

Руководители

подразделений

Специалисты

Стабильность доходов организации

43

30

31

Выживание бизнеса

27

15

15

Повышение эффективности бизнеса

25

45

46

Иные мотивы

5

10

8

к выполнению новых, более сложных и ответственных задач, то для многих российских туристских организаций вопрос о том, какие новые знания необходимы руководителям, получающим повышения, часто даже не ставится.

Возрастание роли обучения в процессах развития отдельного работника и всей гостиницы в целом обусловлено следующими факторами, а именно тем, что обучение становится:

• средством достижения стратегических целей организации гостиничной индустрии. Успех на пути реализации важнейших стратегических целей организации туристской отрасли во многом зависит от того, в какой степени персонал осведомлен о содержании стратегических целей и насколько он подготовлен к работе по их достижению. Необходимость быстрых изменений структуры и содержания принципов управления, повышения способности организации к выживанию в условиях конкурентной борьбы на туристском рынке вынуждает руководство все большего числа компаний переходить от краткосрочного планирования, которое было уместно в условиях неопределенности, к выработке долгосрочных стратегий развития. Реализация этих стратегий требует более высокого уровня профессиональной подготовки как руководителей, так и рядового персонала;

• средством повышения ценности человеческих ресурсов организации гостиничной индустрии. Ряд туристских организаций не уделяют достаточного внимания вопросам обучения

своего персонала, так как не рассматривает эту статью расходов как необходимую. Однако с течением времени руководство таких организаций неизбежно сталкивается с проблемой, что отдача от человеческих ресурсов в организации с каждым годом становится все меньше. Переход туристских организаций на работу в рыночных условиях и возрастание конкурентной борьбы на внешнем и внутреннем рынке, появление новых технологий требуют решения всего комплекса вопросов, связанных с повышением квалификационного уровня работников, а также готовности использовать не только старые, испытанные, хорошо зарекомендовавшие себя в прошлом подходы и методы, но и принципиально новые методы обучения;

• основой проведения в организациях гостиничного бизнеса организационных изменений. Та работа, которую ведут многие организации гостиничной индустрии для повышения своей конкурентоспособности, невозможна без использования нового, современного оборудования, без внедрения более эффективных технологий, приемов работы и методов руководства. Технологические изменения и постановка новых организационных целей радикально изменяют содержание труда самых различных категорий работников — от высшего руководства до рядового персонала, а это требует дополнительных знаний, развития необходимых навыков, пересмотра старых подходов к работе. В этих условиях обучение всех основных категорий работников становится совершенно необходимым.

В результате обучения персонала организация гостиничной индустрии получает следующие преимущества:

• успешное решение проблем, связанных с появлением новых направлений деятельности, и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности;

• более полное использование организацией знаний, навыков и умений работников, полученных в результате их обучения и позволяющих достаточно быстро окупать инвестиции, направленные на эти цели;

• повышение способности персонала адаптироваться к изменяющимся социально-экономическим условиям и более жестким требованиям международного туристского рынка;

• сохранение и распространение среди сотрудников основных ценностей и приоритетов корпоративной культуры, пропаганда новых подходов и ориентиров.

В то же время организация несет определенные расходы на обучение персонала. Среди издержек, связанных с обучением работников, можно выделить прямые и косвенные издержки. К прямым издержкам относятся расходы на оплату преподавателей и вспомогательного персонала, на учебные материалы и на аренду помещения. К косвенным издержкам могут быть отнесены расходы, связанные с необходимостью освобождения сотрудников от основной работы на период их участия в учебной программе (как правило, с сохранением зарплаты). Кроме того, обучение или повышение квалификации одних работников часто оборачивается дополнительной нагрузкой на других работников.

Особенно значительные материальные издержки организация несет при оплате длительного (от нескольких месяцев, до нескольких лет) обучения своих работников с отрывом от основной работы. Иногда очень сложно определить, какие именно издержки (прямые или косвенные) являются для руководства организации наиболее значительными и решающими при ответе на вопрос о необходимости организации обучения персонала.

Процесс обучения персонала — это планомерная систематическая работа компании, начинающаяся с выявления в организации потребности в обучении сотрудников. К сожалению,

в настоящее время типичной является ситуация, когда в организациях гостиничной индустрии не уделяется достаточно внимания выявлению потребности в обучении различных категорий работников, и не потому, что это считается ненужным, а просто из-за того, что в организации отсутствуют документы и положения, регламентирующие порядок или технологию выявления этой потребности.

Для того чтобы обеспечить функционирование эффективной системы обучения в гостиничной организации, целесообразно подойти к этому вопросу комплексно (рис. 1.1).

Потребности в обучении различных категорий персонала организации гостиничной индустрии определяются как требованиями и интересами (целями) организации, так и индивидуальными характеристиками работников (возраст, опыт работы, уровень способностей, особенности трудовой мотивации и другие факторы). Анализ предлагаемых в настоящее время обучающих программ показал, что к наиболее предпочтительным темам обучения относятся: анализ деятельности конкурентов при подготовке коммерческих решений; сценарии ведения конкурентной борьбы; формирование ценовой политики в условиях усиления конкуренции; современные методы стимулирования продаж.

Для того чтобы определить содержание и методы обучения, которые необходимо применять организации для достижения ее целей, необходимо установить качественную и количественную потребность в обучении основных категорий работников. Качественная (чему учить, какие навыки развивать) и количественная (какое число работ-

Этапы формирования программы обучения персонала в организации гостиничной индустрии

Рис. 1.1. Этапы формирования программы обучения персонала в организации гостиничной индустрии

ников разных категорий нуждается в обучении) потребности в обучении могут быть выявлены следующими методами:

• оценка информации о работниках, имеющейся в кадровой службе (стаж работы, рабочий опыт, базовое образование и др.);

• регулярная оценка результатов труда персонала (аттестация). В ходе регулярной оценки результатов труда работников организации (аттестации) могут обнаружиться не только сильные, но и слабые стороны в работе конкретного человека. После этого можно принимать решение о необходимости обучения и определении конкретной формы и содержания обучения;

• анализ долгосрочных и краткосрочных планов организации гостиничной индустрии и планов отдельных ее подразделений, а также определение того, какой уровень квалификации и профессиональной подготовки персонала необходим для их успешной реализации;

• наблюдение за работой персонала. Несоответствие работы персонала установленным стандартам и требованиям должностных инструкций, выявленное в результате наблюдения, может выступать индикатором потребности в проведении соответствующего обучения;

• анализ проблем, мешающих эффективной работе. Если в туристской организации есть проблемы, связанные с плохой работой, с неоправданными большими затратами времени на выполнение задания и т.п., то эта информация может быть использована как при подготовке

программ обучения, так и для обоснования заявки на обслуживание тех или иных категорий персонала. Эти проблемы могут отражать не только существующую потребность в обучении, но и то, каким образом результаты обучения могут быть использованы в повседневной практике работы организации сферы туризма;

• сбор и анализ заявок на обучение персонала от руководителей подразделений туристской организации;

• организация работы с кадровым резервом и работа по планированию карьеры. В процессе работы с кадровым резервом и при планировании карьеры работников гостиницы специалисты кадровой службы получают дополнительную информацию о потребности разных категорий персонала в обучении;

• выявление факторов, оказывающих влияние на работу персонала (табл. 1.20). Обучение, увязанное с профессиональными потребностями работников и целями организации, должно быть ориентировано на перспективу, т.е. способствовать тому, чтобы люди были хорошо подготовлены для выполнения не только текущей работы, но и для решения задач, которые могут возникнуть в перспективе.

Таблица 1.20

Факторы, оказывающие влияние на выбор программы обучения

Фактор	Его содержание
Соответствие программы обучения стратегическим целям организации и ее кадровой политике	
Востребованность результатов обучения.	
Связь обучения с другими направлениями работы с персоналом (поиск и отбор, оценка, стимулирование и др.). Соответствие обучения исповедуемой в организации философии управления и корпоративной культуре	

Окончание

Фактор	Его содержание
Потребность в обучении	
Несоответствие квалификации и профессиональной подготовки персонала новым направлениям, появившимся в деятельности организации.	
Категории работников, нуждающихся в обучении. Количество работников, нуждающихся в обучении в данный момент или в будущем	

Содержание

обучения

Предоставление обучающимся необходимых знаний. Обучение соответствующим моторным навыкам и навыкам работы с информацией.

Обучение навыкам межличностного общения и изменение установок.

Обучение навыкам принятия решений и решения проблем

Использование ключевых принципов обучения

Обеспечение слушателей необходимой обратной связью. Использование возможностей для подкрепления результатов обучения.

Обеспечение возможностей для практического закрепления полученных знаний и навыков.

Обеспечение необходимого уровня мотивации слушателей к обучению и к применению новых знаний и умений в работе. Создание условий для полученных знаний, навыков, моделей нового поведения в имеющихся рабочих ситуациях

Характеристики обучающихся

Личностные особенности слушателей.

Индивидуальные различия слушателей в опыте, знаниях и способностях.

Мотивация к обучению

Стоимость

программы

Размер бюджета на обучение.

Оплата преподавателей.

Расходы на аренду помещений.

Расходы на размножение методических материалов, на канцелярские товары, наглядные пособия и пр.

Условия проведения обучения

Решение о месте проведения обучения (в организации или вне ее) будет зависеть от того, располагает ли организация помещениями, отвечающими необходимым требованиям; есть ли оборудование, необходимое для проведения занятий; может ли организация исключить разного рода отвлечения слушателей, если учеба будет проходить на ее территории

Преподаватели

Наличие в организации собственных преподавателей.

Опыт и уровень квалификации преподавателей, необходимый для проведения занятий.

Есть ли внешние организации, которые могут предоставить преподавателей для проведения занятий

В настоящее время организации гостиничной индустрии наиболее часто при выборе программы обучения руководствуются критериями, представленными в табл. 1.21.

Таблица 1.21

Предпочтительные критерии выбора программы обучения организациями гостиничной индустрии, % [5]

Критерий
Доля опрошенных, выбравших данный критерий
Содержание программы
28
Стоимость обучения
22
Рекомендации знакомых
20
Преподавательский состав
18

Вид документа, выдаваемого по окончании курса
6
Известность
2
Форма его проведения
2
Продолжительность
2
Место и время проведения
2

Информация о состоянии подготовки работника формируется на основе оценки его деятельности, являющейся исходным пунктом диагностики квалификации. При этом

определяется, какие профессиональные качества работника требуют развития или коррекции. В ходе оценки качества знаний, умений, деловых и личностных качеств специальные комиссии аттестуют работников в зависимости от результативности их труда по выбранным факторам и относительной значимости этих факторов для выполняемых работником функциональных обязанностей. По результатам также определяется целесообразность обучения, его методы, выдаются рекомендации для подготовки специалистов под конкретные запросы организации.

В процессе планирования обучения персонала учитывается, что его обучение может осуществляться как в учебных заведениях, так и непосредственно в туристских организациях. Непрерывность обучения работников в организации обеспечивается рациональным сочетанием периодичности, видов и методов подготовки на основе единого плана обучения, исходя из условий деятельности и потребности организации гостиничной индустрии.

Планирование обучения работников представляет собой определенную систему и может быть перспективным и оперативным. Перспективное (стратегическое) планирование рассчитано на два-три и более лет. Оно включает в себя стратегии обучения персонала, т.е. выбор основных видов обучения, его формы, тематические направления, состав обучаемых и т.д. Оперативным планированием обучения кадров принято называть планирование на предстоящий год. В этом случае определяется потребность организации в отдельных видах обучения, сроки и продолжительность обучения, состав групп, тематика, особенности финансового и материально-технического обеспечения, необходимость разработки учебно-методических пособий и т.д.

Обучение независимо от выбранного метода подготовки персонала должно основываться на соблюдении ряда обязательных принципов:

• работник должен быть заинтересован в результате обучения;

• изучение нового должно подкрепляться практическим опытом и повторением, так как обучение требует времени для усвоения нового и обобщения накопленного материала;

• накопленный материал должен быть осмыслен. Этому призваны помочь соответствующие вопросы для обсуждения, тесты, задания;

• методы обучения должны быть как можно более разнообразны;

• материал должен быть приближен к конкретной деятельности работника. Преподаватель обязан приблизить обучение к реальным рабочим ситуациям, так как после окончания обучения работник должен применять полученные знания на практике.

Специалисты выделяют две группы методов обучения персонала: обучение непосредственно на рабочем месте и обучение вне рабочего места. Обучение на рабочем месте характеризуется непосредственным взаимодействием с обычной работой в каждодневной рабочей ситуации. Такое обучение может осуществляться в различных формах. Определяющим признаком здесь является то, что обучение организовано и проводится специально для конкретной туристской организации и только для ее сотрудников. Обучение в стенах организации может предусматривать приглашение внешнего преподавателя для удовлетворения конкретных потребностей в обучении работников туристской организации. Обучение вне работы включает все виды обучения за пределами самой работы. Такое обучение проводится внешними учебными структурами и, как правило, вне стен организации.

В настоящее время в гостиничной индустрии преобладает обучение персонала вне рабочего места, что объясняется наличием опытного преподавательского состава и развитой учебно-методической базы многих учебных заведений России.

Названные методы обучения не исключают друг друга, так как обучение в стенах организации может вестись с отрывом или без отрыва от основной деятельности организации гостиничной индустрии. Кроме того, они могут дополнять друг друга, так как обучение в процессе работы часто совмещается с обучением в других организациях или учебных заведениях. Каждый метод имеет свои преимущества и недостатки. И главным критерием при выборе того или иного метода является его эффективность для достижения целей обучения каждого конкретного работника и всей туристской организации в целом.

Составление конкретной программы обучения является достаточно трудным делом, поэтому целесообразно формирование программ обучения осуществлять руководству совместно с кадровой службой. При составлении программы обучения необходимо учитывать целый ряд факторов:

• продолжительность программы обучения и сроки ее проведения;

• цели и интересы организации гостиничной индустрии по использованию конкретного набора учебных модулей;

• сводные результаты индивидуального анкетирования будущих слушателей;

• место проведения учебных занятий и состояние учебной базы;

• уровень занятости преподавателей в период проведения обучения;

• наличие технических средств обучения;

• типовой распорядок учебного дня (график занятий);

• формы проведения занятий. Наиболее предпочтительными формами проведения занятий в настоящее время в туризме считаются следующие: практические семинары (50%); лекции (31%); консультационные семинары (30%); кейсы (деловые игры) (29%); конференции (26%); тренинги (25%).

Организация эффективного обучения персонала предполагает постоянный контроль за проведением обучающих программ и оценку их эффективности, что возможно путем сбора данных до обучения (информация о поведении, профессиональных установках, знаниях и навыках работников; количественные и качественные показатели работы различных работников и подразделений); во время обучения (мотивация обучающихся, интерес к различным темам, формам передачи материала и др., оценка степени усвоения слушателями учебного материала) и после обучения. Это необходимо для сопоставления данных, характеризующих профессиональную деятельность работников до и после обучения.

Не всегда организация после обучения своих работников добивается желаемого результата. В этом случае возникает необходимость выявления причин неуспеха. Хорошие программы могут быть недостаточно эффективны по многим причинам: возможно, были поставлены нереалистичные или слишком общие цели обучения; сам процесс обучения плохо организован; низкая практическая полезность обучения. Не исключено, что были какие-то срывы по причинам, находящимся вне контроля тех специалистов, которые занимаются организацией обучения. Но, как правило, основной причиной неэффективности обучения является низкая мотивация сотрудников. Анализ причин, по которым данная программа обучения потерпела неудачу, позволяет предпринять в будущем необходимые корректирующие шаги. Подобная практика дает возможность постоянно работать над повышением

эффективности обучения и избавиться от таких учебных программ и методов обучения, которые зарекомендовали себя как неэффективные.

Таким образом, эффективное управление организацией гостиничной индустрии и формирование в ней корпоративной культуры предполагают творческое решение задач, выявление новых закономерностей, учитывающих многообразие человеческого фактора и его проявлений в разнообразных ситуациях, что возможно осуществить только при интенсивной подготовке персонала к управленческой деятельности, а также при дальнейшем развитии как профессиональных, так и личностных качеств работников компании.

Источник:
https://bstudy.net/709338/turizm/razvitie_personala_organizatsiyah_gostinichnoy_industrii

Вопросы к обсуждению:

1. Что входит в структуру персонала гостиницы и организации общественного питания?
2. Критерии оценки сотрудников
3. Формирование трудового коллектива

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питания

Тема 5.1 Менеджмент деловых совещаний и переговоров в гостиницах и организациях общественного питания

3. Цели занятия.

- определить сущность руководства и лидерства
- определить сущность стиля руководства
- знать типологию стилей руководства
-изучить основы и виды власти

4. Структура лекционного занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность руководства и лидерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Сущность стиля руководства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

3	Типология стилей руководства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Теории стилей руководства и лидерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Сущность понятия «лидерство»: многоаспектность, определение, заблуждения

Лидерство (лидер от англ. leader – ведущий, первый, идущий впереди) разнообразно, ему дано много определений. Вопросы лидерства

рассматриваются как:

– психологические,

– философские,

– социальные,

– политические,

– управленческие и пр.

Лидерство не имеет конкретного определения для различных ситуаций, этим объясняется многоаспектность лидерства, существование различных подходов к его анализу, а также распространенные заблуждения о лидерстве.

Ранее, начиная с древнего времени, проблемой лидерства было, как найти защитника, спасителя (старейшины рода, вожди племени).

Историческими моделями всеохватывающего лидерства стали образы пророков: Иисуса, Мухаммеда, Будды. Постепенно подходы к лидерству трансформировались и нашли свое место в менеджменте, где рассматриваются комплексно в связи с потребностями большого бизнеса и самого менеджмента.

Общее (для различных сфер деятельности человека) определение лидерства: лидерство – это положение (статус) определенной личности в группе или в обществе в целом, которое характеризуется способностью занимающего его лица оказывать влияние на других людей, направляя их усилия на достижение определенных целей.

Изучая дисциплину «Основы лидерства», мы будем рассматривать лидерство в экономике, в контексте управления предприятием, то есть менеджмента.

В начале 70-х гг. XX в. в Японии, в 80-х гг. в Германии, а затем в США и других экономически развитых странах менеджеры столкнулись с проблемой резкого снижения значимости для персонала материального стимулирования как способа, побуждающего их к высокопроизводительному труду. Стало очевидным, что дальнейшее совершенствование деятельности персонала все в большей степени будет зависеть от потенциала их общей культуры и психологического климата в коллективе. А последние непосредственно зависят от наличия в них лидеров, способных влиять на персонал, не прибегая к административным и

другим формальным методам воздействия. Поэтому вопрос лидерства стал актуальным для теории и практики менеджмента.

Определение лидерства в менеджменте: лидерство – это положение (статус) определенной личности в организации (на предприятии, фирме), ее подразделении, группе, которое характеризуется способностью занимающего его лица оказывать влияние на других людей, направляя их усилия на достижение определенных целей организации.

Лидер организации – это человек, эффективно осуществляющий формальное и неформальное руководство и лидерство. Лидерство – это и наука, и практика, и искусство.

Ошибочные представления о лидерстве:

– человек, назначенный на управленческую должность (менеджер), уже является лидером. Лидерство не получают вместе с

постом. Оно исходит не из назначения, а от влияния человека. Высокое положение дает больше шансов стать лидером, но при этом не исключается и вероятность вообще потерять влияние даже при сохранении должности;

– лидер – это предприниматель, то есть тот, кто умеет зарабатывать деньги, продавать или комбинировать. Предприимчивость, творчество, успех содействуют лидеру, но не делают его таковым. Необходимо долгосрочное устойчивое и признаваемое влияние;

– сущность лидерства составляет определенная сила, а значит тот, кто больше знает, тот и лидер («знание – сила»). На практике лидеры часто не те люди, которые имеют самые высокие коэффициенты интеллекта. Иногда способности к лидерству находятся в противоположности с мыслительными способностями. Таким образом, уровень знаний и уровень лидерских качеств – это не одно и то же. Вместе с тем без знаний нет лидера. Например, представьте, что вам предложили ознакомиться с результатами расчетов «Даты рождения последнего жителя Земли».

Вам трудно судить об этой проблеме, но, если, заглянув в эти расчеты, вы обнаружили несколько арифметических и логических ошибок, у вас не будет сомнений в том, что и окончательный результат неверен. Если ошибки у лидера – ему не верят; – лидер – это тот, кто идет впереди. Лидер – не первопроходец.

Быть первым – не значит быть лидером.

Например, группа людей штурмует горную вершину. Первым ее достиг один из членов этой группы. Но лидером ее остался человек, за которым преднамеренно и сознательно последовали все остальные на штурм вершины. Просто достигший вершины раньше других первым осуществил перспективный замысел реального лидера.

Лидер – это тот, кому удается превратить людей в единомышленников или последователей.

2. Взаимосвязь лидерства и управления.

Сферы лидерства в организации

В американской социологической и политологической литературе термины «управление» и «лидерство» чаще всего употребляются как синонимы. В русскоязычном употреблении между ними выявляется существенное различие.

Термины «управление» и «лидерство» не обозначают одни и те же действия, но они органически взаимосвязаны. Суть их взаимосвязи в том, что лидерство является важным аспектом управления. По аналогии с процессами общения и принятия решений лидерство является тем видом деятельности, который пронизывает всю систему управления организацией. Общее между управлением и лидерством состоит также во взаимодействии людей и через него

во влиянии на них. Кроме того, практически каждая из функций менеджмента одновременно и лидерская функция.

ПЛАНИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯ

КОНТРОЛЬ МОТИВАЦИЯ

Несмотря на то, что лидерство – существенный компонент эффективного менеджмента, эффективные лидеры не всегда являются одновременно и эффективными управляющими.

Основные отличия лидерства от управления:

1) управление в отличие от лидерства существует в организационных структурах взаимодействующих людей. Повседневная жизнь показывает, что могут существовать лидеры совершенно неорганизованных групп, в которых не проявляются типичные черты управления. Например, во время дискотеки какая-то девушка или парень становится лидером в танцах и за ними начинают следовать остальные. Нечто подобное можно увидеть и во время футбольного матча, когда в группе активных болельщиков одной из соперничающих команд вдруг проявляется фанат, становящийся лидером, оказывающим влияние на других, заражающим их своим азартом. Управление и осуществляющий его руководитель могут проявиться только там, где существуют организованные структуры взаимодействующих людей, причем эти структуры действуют стабильно на протяжении достаточно длительного времени – предприятие, его цех, банк, учебное заведение и т. п.;

2) выдвижение и направленность лидера и руководителя происходит разными путями. Лидера, даже если он предлагается изначально кем-то со стороны, в конечном счете, признает ведомая им группа. Это означает, что лидер обычно выдвигается «снизу», более или менее демократическим путем.

В отличие от этого в большинстве случаев руководителя назначают «сверху», как бы «навязывая» организации и т. п. Лидерство можно обозначить вектором, направленным снизу вверх, а руководство – вектором, направленным в противоположную сторону.

Управляющий становится во главе организации в результате намеренного действия формальной организации – делегирования полномочий. Лидерами становятся не по воле организации (хотя возможности вести за собой людей тоже можно увеличить путем делегирования полномочий);

3) лидерство в отличие от управления предполагает наличие последователей, а не подчиненных или сотрудников.

Соответственно отношения «начальник – подчиненный», присущие традиционному взгляду на управление, заменяются отношениями «лидер – последователь».

Человек становится лидером именно благодаря готовности людей следовать за ним. Но люди склонны следовать за теми, кто яснее и четче может сформулировать стоящие перед ними цели и задачи, определить пути и способы их решения, за теми, кого считают способным предоставить им средства для удовлетворения их собственных желаний, стремлений, потребностей;

4) быть руководителем и лидером не одно и тоже. Лидерству свойственно нечто большее, чем формальная основа. Об эффективности лидера можно судить по тому, в какой степени он влияет на других. Иногда эффективное лидерство может и мешать формальной организации.

Например, влиятельный неформальный лидер может сделать так, что трудовой коллектив начнет ограничивать выпуск продукции или производить товары и услуги низкого качества.

Различие между управлением и лидерством: управление можно определить как умственный и физический процесс, который приводит к тому, что подчиненные выполняют

предписанные им официальные поручения и решают определенные задачи. Лидерство является процессом, с помощью которого одно лицо оказывает влияние на членов группы. Руководитель – лицо, на которое официально возложены

функции управления организацией, а лидер – самый авторитетный член группы. Руководство происходит через власть, лидерство – через влияние. Действия лидера не ограничиваются рамками каких-либо полномочий и структур.

Очень часто руководитель является лидером совершенно без всякой привязки к его или ее формальной должности и иерархии.

Исследования показывают, что многие менеджеры обладают лидерскими качествами, однако на практике они редко проявляются – Отличия менеджера-администратора от лидера

Менеджер как администратор	Менеджер как лидер
Администратор инноватор	Поручает вдохновляет
Работает по целям других	Работает по своим целям
План – основа действий	Видение – основа действий
Полагается на систему	Полагается на людей
Использует доводы	Использует эмоции
Контролирует	Доверяет
Поддерживает движение	Дает импульс движению
Профессионален	Энтузиаст
Делает дело правильно	Делает правильное дело

Реальная жизнь не всегда разводит руководителя и лидера по противоположным углам, часто руководитель является лидером вне зависимости от его формальной должности в организационной иерархии.

Наибольший интерес для нас представляет именно этот вариант, когда руководитель, эффективно управляющий своими подчиненными, признан ими и как лидер организации.

Природа лидерства двойственна: в нем выделяется деловая сфера

(формальное лидерство) и сфера отношений (неформальное лидерство).

Обе сферы неотделимы друг от друга, как организационнотехническая и социально-экономическая стороны управления.

Влияние с позиции только должности называется формальным лидерством, которое отождествляется с руководством. Но в своем влиянии на людей руководитель не может полагаться только на полномочия, которые дает ему занимаемая должность.

Например, один из заместителей руководителя, имеющий меньшую формальную власть, начнет пользоваться большим авторитетом среди сотрудников в конфликтных ситуациях. Такой заместитель получит поддержку за свои качества, которые находятся в дефиците у шефа.

Процесс влияния через ресурсы иные, чем занимаемая должность, получил название неформальное лидерство. Такое лидерство обусловлено личностными и ситуационными факторами.

3. Власть и влияние

Основные элементы, лежащие в основе руководства и лидерства, – это влияние и власть.

Влияние – поведение какого-либо человека, которое изменяет отношение и чувства к нему других людей. Конкретные средства, с помощью которых одно лицо может влиять на другое, могут быть самыми разнообразными: от просьбы до угрозы увольнения.

Например, Карл Маркс, который никогда не имел никаких официальных полномочий ни в одной политической организации и никогда лично не использовал такое средство как насилие, имел непреднамеренное влияние на ход событий двадцатого столетия.

Менеджеры должны оказывать влияние таким способом, который ведет не просто к принятию данной идеи, а к действию, необходимому для достижения целей организации. Для того чтобы сделать свое лидерство и влияние эффективными, руководитель должен развивать и применять власть.

Власть – это возможность влиять на поведение других.

В практическом менеджменте власть часто ассоциируется с правами и полномочиями, но власть – это реальная возможность их использовать, это способность и возможность влиять на людей независимо от их согласия. В дополнение к формальным полномочиям руководителю требуется власть, так как он зависит от людей как в пределах своей цепи команд, так и вне ее.

Власть исследовалась в XX веке преимущественно социологами, политиками и философами. В контексте лидерства и менеджмента ученые избегали этой проблемы. Тем не менее, каждая организация может быть рассмотрена как система власти.

Власть имеет различные источники:

– должность или полномочия;

– личность или авторитет;

– культура или менталитет;

– внешние источники.

Власть на основе должности носит формальный характер и зависит от положения должности по отношению к целям организации, от заменимости должности. Власть личности основана на ее авторитете и взаимном признании личностей. Корпоративная культура как источник власти развивается на основе межличностных, часто неформальных коммуникаций, благодаря устному общению, общности целей и на основе фирменного стиля лидерства. Внешние источники власти возникают в результате деятельности законодательных и исполнительных органов государства.

Власть имеет границы. Объем власти в одних руках ограничивается:

– должностными обязанностями;

– границами самой организации;

– временем и силами;

– границами признания власти последователями лидера или другими людьми.

Самую значительную власть заключают в себе те лидеры, которые успешно согласовывают цели сотрудников с целями группы, а цели группы – с целями организации.

Основные типы власти:

– принуждение,

– вознаграждение,

– компетенция (экспертная власть),

– пример (эталонная власть, власть примера, влияние с помощью харизмы),

– традиции (законная власть).

Руководитель может также влиять через разумную веру, вовлечение в принятие решений и убеждение.

Власть, основанная на принуждении, влияние через страх эффективны только при условии, что они подкрепляются отличной системой контроля, которая, как правило, требует больших затрат.

Власть, основанная на вознаграждении, влияние через действия положительного характера более предпочтительны, чем страх, потому что они дают положительные стимулы для более качественного выполнения работы. Иногда трудно определить, какая награда будет иметь эффект.

Традиционная или законная власть – влияние через привитые культурой ценности – самый распространенный тип власти. Кажется, что эффективность традиции исчезает из-за меняющихся ценностей.

Источник: https://emirsaba.org/1-lekciya-obshie-predstavleniya-o-liderstva-osnovnie-opredelen.html

Вопросы к обсуждению:

1.В чём отличие власти от влияния?

2.Что такое личность менеджера?

3.Какова роль менеджера гостиницы и менеджера ресторана.

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питани

Тема 5.2 Управление конфликтами в гостиницах и организациях общественного питания

3. Цели занятия.

- Определение типологии конфликтов
- Причины возникновения конфликтов
- Методы разрешения конфликтов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Личность менеджера	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Роль менеджера гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Роль менеджера ресторана	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Требования к менеджеру гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Личность менеджера

Роль менеджера гостиницы

Изначально слово «менеджер» обозначало умение объезжать лошадей и править ими. В переводе с английского «менеджер» означает «специалист по управлению, организации бизнеса», т.е. человек, осуществляющий руководство организацией или ее отдельной структурой. На основе присущих только ему способностей менеджер (с учетом научных знаний и достижений) воздействует на людей (подчиненных), а через них — на социально-экономические процессы, обеспечивая этим достижение поставленных целей.

Трудно дать единое обобщающее определение понятию «руководство» — этой сложной предметной области. Руководство может осуществляться на основе общественного статуса, признания индивидуальных знаний или мудрости. Оно может основываться на характерной особенности индивида или рассматриваться как поведенческая категория. Лидерство также принято рассматривать в контексте роли лидера и его способности добиваться от других эффективного выполнения работы либо как уровень взаимоотношений, посредством которых один человек оказывает влияние на поведение и действия других людей.

Управление — это динамический процесс, не ограничивающийся влиянием на людей, которые находятся в подчинении руководителя. Связь «лидер — подчиненный» взаимная, а эффективное управление — процесс двусторонний.

Руководство — это моральная и интеллектуальная способность отчетливо представлять и делать все возможное для организации и ее сотрудников. Наиболее существенная задача, решаемая лидером, — создать командный дух вокруг себя и рядом с собой. Следовательно, умение руководить — основное свойство эффективного управления людьми. Оно имеет отношение к мотивации, межличностному поведению и системе общения.

Быть эффективным менеджером — значит успешно управлять людьми. Руководящая роль составляет суть деятельности менеджера, она включает ответственность за мотивацию

поступков и действий подчиненных. Можно быть назначенным менеджером, но не восприниматься лидером в коллективе до тех пор, пока назначение не получит одобрения со стороны рядовых членов. Руководство людьми — динамичная форма поведения менеджера. Это не проявления одного человека, а комплекс взаимоотношений, который зависит от личности менеджера, атмосферы в коллективе, личностных особенностей подчиненных, типа предприятия (целей, структуры и характера работы), наконец, от окружающей социальной, экономической и политической обстановки. Перед менеджерами гостиничного бизнеса всегда стоит сложная проблема: качественно обслужить гостя и получить прибыль. Из нее и следует исходить, определяя, какими качествами должен обладать менеджер отеля, чтобы обеспечить успех предприятию в конкурентной борьбе. Опыт показывает, что основой эффективного управления является личное поведение менеджера.

В начале развития индустрии гостеприимства многие гостиницы управлялись самими владельцами — собственниками. С развитием этого бизнеса размеры отелей увеличивались, организовывать их работу становилось все сложнее, и к руководству стали привлекать профессиональных менеджеров.

Из всего разнообразия обязанностей, которые сегодня исполняют менеджеры гостиничного бизнеса, можно выделить главные:

• подготовка, принятие и реализация управленческих решений и ответственность за их последствия;

• информационные операции: чем полнее объем информации и чем четче менеджер доводит ее до исполнителей, тем результативнее его работа. Для того чтобы принять эффективное управленческое решение, необходимо собрать и обработать достоверную информацию, касающуюся управления гостиничным комплексом. Не зря говорят: «Кто владеет информацией, тот владеет миром»;

• формирование отношений внутри и вне отеля, мотивация членов трудового коллектива к достижению целей гостиницы.

Конфликты. Понятие, типы, причины, пути разрешения.

Слово “конфликт” в переводе с латинского языка означает разногласие, спор, противоречие, несовпадение. Конфликт можно трактовать как борьбу двух противоположных сторон, активно защищающих свои интересы. Но в психологии единого понятия “конфликт” не существует. Например, в психологическом словаре А.В. Петровского конфликт определяется как “столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов оппонентов или субъектов взаимодействия”. В книге Дэвида Майерса “Социальная психология” конфликт трактуется как “воспринимаемая несовместимость целей и действий”.

Одним из оснований для типологии конфликтов является принадлежностьконфликтующей стороны к тому или иному субъекту конфликтного действия. В связи с этим выделяются следующие типы конфликтов: внутриличностные конфликты, межличностные конфликты, межгрупповые конфликты.

Внутриличностные конфликты

Внутриличностные конфликты представляют собой столкновение двух противоположно направленных целей (потребностей, мотивов, интересов) у одного и того же человека.

Как было уже сказано выше, ситуация временной незанятости может вызвать негативные переживания, которые влекут за собой внутриличностный конфликт. У некоторых людей наблюдается переживание утраты смысла жизни. В этой ситуации социальный работник должен помочь человеку справиться с внутренними конфликтами, преодолеть переживаемое

состояние профессиональной или общей жизненной неопределенности, научить справляться с возникшими проблемами, помочь сформировать более устойчивую позицию по отношению к незанятости. Специалист центра занятости может посоветовать безработному обратиться к профконсультанту или психологу, но при этом не допускать принуждения.

Существуют различные виды внутриличностных конфликтов: мотивационный, нравственный, ролевой и адаптационный.

Мотивационный конфликт характеризуется, например, отсутствием у человека возможности заработать некоторые материальные средства, повысить свое благосостояние.

Нравственный конфликт характеризуется возникновением негативных последствий, обусловленных не только материальными факторами, но и изменением внутреннего состояния человека, ростом психологической напряженности в семье, узким кругом общения с другими людьми.

Ролевой конфликт характеризуется часто стремлением безработного найти работу, которая повышает его статус и определяет принадлежность к желаемой социальной группе.

Адаптационный конфликт характеризуется, обострением чувств неуверенности, тревожности, мешающих человеку адаптироваться к новым жизненным условиям.

Например, клиенту службы занятости предлагают подходящую для него работу (по уровню образования и другим параметрам), но он не уверен, что сможет справиться со своими должностными обязанностями.

Межличностные конфликты

Для них характерны ситуации противоречия, разногласия, столкновения между людьми. Межличностные конфликты могут охватывать все сферы человеческих отношений.

Например, столкновение интересов клиента, ищущего работу, и специалиста службы занятости (первый считает, что предлагаемая ему вакансия не является подходящей, а второй – наоборот).

Межгрупповые конфликты

Межгрупповые конфликты менее распространены между людьми, но они тяжелы по своим последствиям.

Например, в службе занятости может наблюдаться противоборство между группой безработных и сотрудниками в случае несвоевременной выплаты пособия по безработице, наличии нездоровой психологической обстановки в коллективе центра занятости.

ПРИЧИНЫ КОНФЛИКТОВ

Причинами конфликтов могут являться противоречия во взглядах, несовпадение точек зрения, целей, подходов и различные видения способов разрешения возникшей ситуации, которые могут затрагивать личные интересы окружающих людей. Перечислить все причины невозможно, но можно выделить ряд причинных факторов конфликтов.

Информационные факторы. Для данной группы факторов характерно недостаточное количество информации, которое не дает полного видения ситуации, чтобы объективно оценить ее.

Предпосылками для возникновения конфликта в данном случае являются неполные и неточные сведения, слухи, преждевременная информация или информация, переданная с опозданием, ненадежность источников информации и т.д.

Эмоциональные потрясения могут вызывать различные негативные последствия, которые приводят к забывчивости, рассеянности. Безработный может опаздывать к регистрации, или забывать информацию, сообщенную социальным работником. Все это может привести к конфликту.

Для устранения этой причины, необходимо создать условия для обеспечения полноты информации. Важно, чтобы специалист службы занятости объяснил безработному его права и обязанности, просветил о реальных перспективах трудоустройства в будущем. Предложил поиск работы по объявлениям в газетах, через различные агентства, непосредственно на предприятиях, где существуют или могут появиться такие должности и др.

Поведенческие факторы. Для них характерно проявление поведения, которое не устраивает сторону другого оппонента – неуместность, грубость, бестактность и т.д.

Безработный испытывает дискомфорт, негодование, и свой гнев может излить на специалиста службы занятости.

Для устранения поведенческого фактора, социальный работник обязан установить доброжелательный контакт с безработным. В этом ему помогут такие качества, как доброта, спокойствие, терпимость. Для него всегда важна профессиональная реакция. Не стоит уподобляться поведению клиента и проявлять негативные эмоции.

Ценностные факторы – неприемлемость одной из конфликтующих сторон принципов и ценностей, которым следует другая сторона.

Безработный не проводит переоценки ценностей. Ситуация не меняется, безработный сохраняет ощущение полного провала и бесперспективности. Он отказывается от малоквалифицированной работы, свыкается с мыслью: “Я ни к чему не пригоден”.

В этом случае специалист службы занятости обязан помочь безработному изменить отношение к себе, и ощутить свою значимость, вернуть ему способность к активному поиску работы.

Структурные факторы характеризуются установившимися обстоятельствами, событиями, которые невозможно изменить или скорректировать. Например, пол, возраст, ресурс, закон и т.д.

Часто прежняя специальность безработного оказывается невостребованной на рынке труда, или по возрастным особенностям та или иная работа ему не подходит.

Для этой категории факторов характерны глубокие переживания своего состояния, возникает чувство безнадежности, ненужности, которое иногда влечет за собой разрушение семьи, сужение круга друзей.

Для разрешения возникшей ситуации – необходимо направить клиента к профконсультанту или к психологу.

Источник: https://bstudy.net/739679/turizm/lichnost_vlast_avtoritet_menedzhera_gostinitsy

Вопросы к обсуждению:

1. Какова личность менеджера?
2. Какова сущность конфликтов?
3. Какие требования существуют к менеджеру гостиницы и ресторана?

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания

Тема 6.1 Управление сбытовой политикой гостиниц и организаций общественного питания

3. Цели занятия.

- Факторы, влияющие на принятие управленческих решении в организациях общественного питания и гостиницах

- Особенности процесса разработки и принятия управленческого решения в гостиничном бизнесе

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Требования,предъявляемые к управленческим решениям	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Факторы, влияющие на принятие управленческих решений в гостиничном бизнесе	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Факторы, влияющие на принятие управленческих решений в организациях общественного питания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Особенности процесса разработки и принятия управленческого решения в гостиничном бизнесе	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Управленческое решение — это выбор, который должен сделать руководитель, чтобы выполнить обязанности, обусловленные занимаемой им должностью (выбор альтернативы, осуществлённый руководителем в рамках его должностных полномочий и компетенции и направленный на достижение целей организации). Принятие решений является основой

управления. Ответственность за принятие важных управленческих решений — тяжелое моральное бремя, что особенно ярко проявляется на высших уровнях управления.

Одной из характерных особенностей современного менеджмента является необходимость высокого профессионального уровня управленца, возросшая интеллектуализация управленческого труда. Основное предназначение менеджера — обеспечить эффективное функционирование, устойчивое развитие или выживание организации.

Внешняя и внутренняя среда, в которой функционирует организация, подвержена непрерывным изменениям, степень значимости которых различна. Чтобы не оказаться в ситуации водителя, не заметившего резкого поворота дороги, контроль за состоянием внешней и внутренней среды организации должен осуществляться непрерывно.

Разработка управленческого решения — один из наиболее важных управленческих процессов. От его эффективности в значительной степени зависит успех дела. Только профессиональный менеджер владеет технологиями выработки, принятия, реализации управленческих решений, без которых эффективное управление организацией в сложной экономической обстановке практически невозможно.

Процесс принятия решений при кажущейся простоте очень непрост. В нем достаточно много тонкостей и подводных рифов, хорошо знакомых профессиональным менеджерам. Известное мнение о том, что принять решение легко — трудно принять хорошее решение, лишь подчеркивает сложность процесса разработки решения, сочетающего в себе формальные и неформальные аспекты, различающиеся степенью участия в нем человека.

Решение в сфере управления представляет собой обдуманный вывод о необходимости осуществить какие-то действия (либо, наоборот, воздержаться от них), связанные с достижением целей организации и преодолением стоящих перед ней проблем. Это процесс выбора из множества имеющихся альтернатив (целей, способов действия и проч.) наиболее предпочтительной для решения возникшей проблемы. Проблема представляет собой сложный теоретический вопрос или практическую ситуацию (например, разница между фактическим и желательным состоянием системы), не позволяющие в данных условиях получить желательный результат. Такое несоответствие и преодолевается путем принятия управленческого решения.

В каждой организации осуществляется разработка управленческих решений. И в каждой организации практика разработки и принятия управленческих решений имеет свои особенности, определяемые характером и спецификой ее деятельности, ее организационной структурой, действующей системой коммуникаций, внутренней культурой. Современную организацию отличают масштабы управленческой деятельности, ее отделение от непосредственного процесса производства или оказания услуг. Благодаря современным коммуникационным технологиям резко возросли информационные потоки, возможности оперативной работы с большими массивами информации. В связи с этим разрабатываются эффективные интеллектуальные системы сопровождения, а также поддержки процесса выработки и принятия управленческих решений.

Понятие управленческого решения

Управленческое решение как категория управления выражает сущность процесса воздействия на персонал средствами и методами, адекватными возможностям организации и обеспечивающими наилучшие целевые результаты деятельности.

В середине XX столетия сформировалась «новая школа» управления, приоритетные идеи которой были связаны с выявлением и оценкой факторов, воздействующих на экономические и управленческие процессы. При этом особо выделялись факторы внешней (макроэкономические, микроэкономические, региональные) и внутренней, или

внутрисистемной, среды. Разнообразие факторов и разнонаправленность интересов субъектов хозяйственной деятельности обусловливали использование разных вариантов действий менеджера в процессах управления.

С позиций технологии процесс управления стал рассматриваться как определенная последовательность действий менеджера и аппарата управления по выработке, принятию и реализации управленческих решений, содержание которых обусловлено реальными производственно-хозяйственными проблемами.

Управленческое решение рассматривается как вид управленческой деятельности, посредством которой обеспечивается активизация совместной деятельности людей, ее целенаправленность и результативность. Ключевой категорией процесса управления выступает функция или вид управленческой деятельности, отражающей совокупность управленческих отношений по формированию воздействия на персонал. Поэтому функция выступает как объективно необходимая область процесса управления, имеющего целевую, временную, пространственную определенность и конечную результативность и является важнейшей функцией управленческого цикла. Управленческое решение представляет собой наиболее оптимальный вариант из возможных прогнозных альтернатив, принимаемый в установленном порядке, имеющий обязательное значение, определяющий средства достижения цели, организующий деятельность субъектов и объектов управления.

Основные типы принятия управленческого решения

Процесс разработки решения, сочетая в себе формальные и неформальные аспекты, различается степенью участия в нем человека. В связи с этим выделяется два основных подхода к принятию управленческого решения:

·Нормативный подход, основанный на дедуктивной логике, рассчитанной на то, как мы должны думать, а не то, что мы думаем на самом деле. Чем больше количественной определенности изучаемого явления, тем больше доля формальной стороны при разработке и принятии решений.

Данный подход позволяет принимать рациональные решения, в которых учитывается не прошлый опыт, а лишь объективный аналитический процесс. Идея усиления значимости формальных аспектов в разработке решений может в будущем привести к тому, что в противостоянии «человек — искусственный интеллект» (сотрудник или компьютер) менеджер может отдавать предпочтение машинам и технологиям, игнорируя значимость человеческого фактора.

·Дескриптивный подход, основанный на том утверждении, что в конфликте чувства и разума всегда побеждает чувство, поэтому процесс принятия решения венчает неформальный аспект. Оставаться беспристрастным к содержанию и качеству решений менеджеру не позволяет социальная среда, в которой осуществляется процесс управления. Чем менее определенно происходящее, хуже количественные представления о проблемной ситуации, тем больше доля творчества людей.

Данный подход позволяет принимать следующие типы решений:

• Интуитивные решения — это выбор, сделанный только на основе ощущения того, что он правилен. Лицо, принимающее решение, не занимается при этом сознательным взвешиванием «за» и «против» по каждой альтернативе и не нуждается даже в понимании ситуации. Просто человек делает выбор. То, что мы называем озарением или шестым чувством, и есть интуитивные решения.

• Решения, основанные на суждениях. Такие решения иногда кажутся интуитивными, поскольку логика их не очевидна. Решение, основанное на суждении, — это выбор, обусловленный знаниями или накопленным опытом. Человек использует знание о том, что случалось в сходных ситуациях ранее, чтобы спрогнозировать результат альтернативных вариантов выбора в существующей ситуации. Опираясь на здравый смысл, он выбирает альтернативу, которая принесла успех в прошлом. Суждение как основа организационного решения полезно, поскольку многие ситуации в организациях имеют тенденцию к частому повторению. В этом случае ранее принятое решение может сработать снова не хуже, чем прежде (это основное достоинство запрограммированных решений).

• Поскольку решение на основе суждения принимается в голове управляющего, оно обладает таким значительным достоинством, как быстрота и дешевизна его принятия. Оно опирается на здравый смысл, но истинный здравый смысл встречается очень редко. Это тем более верно, когда приходится иметь дело с людьми, т.к. зачастую ситуация искажается потребностями людей и другими факторами. Вероятно, более важно, что одного лишь суждения будет недостаточно для принятия решения, когда ситуация уникальна или очень сложна.

• Суждение невозможно соотнести с ситуацией, которая, в самом деле, нова, поскольку у руководителя отсутствует опыт, на котором он мог бы основать логический выбор.

Поскольку суждение всегда опирается на опыт, чрезмерная ориентация на последний смещает решения в направлениях, знакомых руководителям по их прежним действиям. Из-за такого смещения руководитель может упустить новую альтернативу, которая должна была бы стать более эффективной, чем знакомые варианты выбора. Еще важнее, что руководитель, чрезмерно приверженный суждению и накопленному опыту, может сознательно или бессознательно избегать использования возможностей вторжения в новые области. Если довести эту мысль до конца, то боязнь новых сфер деятельности может кончиться катастрофой.

Кроме того, существуют и рациональные решения. Главное различие между решениями рациональными и основанными на суждении заключается в том, что первое не зависит от прошлого опыта. Данный вид состоит из пяти основных этапов: диагноза проблемы, формулировки ограничений и критериев для принятия решения, выявления альтернатив, оценки альтернатив и окончательного выбора.

Можно выделить основные требования к качеству информации для принятия управленческого решения:

• своевременность;

• достоверность (с определенной вероятностью);

• достаточность;

• надежность (с определенной степенью риска);

• комплексность системы информации (по качеству и ресурсоемкости товара, условиям по стадиям жизненного цикла товаров данного предприятия и конкурентов и т.д.);

• адресность;

• правовая корректность информации;

• многократность ее использования;

• высокая скорость сбора, обработки и передачи данных;

• возможность кодирования;

• актуальность информации.

Виды управленческого решения

Управленческие решения оказывают непосредственное влияние на все виды управленческой деятельности. Качество и эффективность управленческих решений выступают характеристиками деятельности менеджера и аппарата управления: разработки и реализации программ и планов деятельности; функционирования системы управления; достижения целей и стратегий управления; осуществления инновационных, инвестиционных, производственных, маркетинговых процессов управления.

Перечисленные методологические признаки позволяют выделить некоторые виды управленских решений.

Наиболее важные решения, касающиеся функционирования организации в целом, осуществляемые периодически и охватывающие длительный период развития, сопровождаемые прогнозным обоснованием и расчетами рисков. Данный тип решений относится к сферам целеполагания, стратегополагания; выработке инновационной, образовательной, маркетинговой, финансовой, кадровой политики корпораций; длительным инвестиционным проектам, реструктуризации или отдельной сфере деятельности организации. Такие решения свойственны для крупного и среднего бизнеса и принимаются менеджерами высшего уровня в соответствии с формальными полномочиями (генеральным директором, советом директоров, главным менеджером, председателем правления).

Важные специальные решения, касающиеся актуальных хозяйственных проблем, осуществляемые периодически и рассчитанные на конкретные сроки (средне- или краткосрочные). Решения такого типа обусловлены инновационными прорывами, резкими изменениями конъюнктуры на международных рынках, финансовыми кризисами, чрезвычайными ситуациями (катастрофами, несчастными случаями, природными катаклизмами). Эти решения принимаются на высшем и среднем уровне управления менеджерами высокой квалификации с большим опытом работы.

Повторяющиеся решения с малой долей неопределенности, обусловленной отклонениями от принятой технологии по известным причинам. Решения этого типа принимаются на низшем уровне нередко самими исполнителями, что отражается в должностных инструкциях или в соответствующих указаниях. Такие решения касаются учетных и контрольных процедур, обслуживания производства и регламентов деятельности, социальных процессов. Они основываются на рациональной организации управления производством, регламентах и универсальных процедурах выполнения технологии управления.

Перечисленные типы не исчерпывают многообразия управленческих решений, однако их универсальность пригодна для определения типа решения, прежде чем разрабатывать его варианты.

Итак, решение — это выбор одного из возможных альтернативных вариантов, осуществляемый лицом, принимающим решение, и направленный на достижение поставленной цели. Решение может рассматриваться и как организационный акт, и как одна из центральных составляющих процесса управления организацией.

Механизм выработки, принятия и реализации. Управленческих решений

Принятие решений — многостадийный организационный процесс, имеющий сложные прямые и обратные связи, сочетающий интеллектуальную деятельность членов организации с применением различных моделей и методов, а также современной техники сбора, передачи и обработки информации.

Процесс выработки и реализации управленческого решения — это деятельность, осуществляемая по определенной технологии с использованием различных методов и

технических средств, направленная на поиск выхода из определенной управленческой ситуации путем формирования, а затем реализации воздействия на объект управления.

В организационном аспекте данный процесс представляет собой совокупность закономерно следующих один за другим в определенной временной и логической последовательности этапов, между которыми существуют сложные прямые и обратные связи. Каждому этапу соответствуют конкретные трудовые действия, направленные на выработку и реализацию решения. Эту повторяющуюся систему действий принято называть технологией процесса выработки и реализации решений, которую можно представить в виде алгоритма.

1. Диагностика проблемы.

Первый шаг на пути решения проблемы — определение или диагноз, полный и правильный. Существуют два способа рассмотрения проблемы. Согласно одному, проблемой считается ситуация, когда поставленные цели не достигнуты. Другими словами, вы узнаете о проблеме потому, что не случается то, что должно было случиться. Однако слишком часто руководители рассматривают в качестве проблем только ситуации, в которых что-то должно произойти, но не произошло. Как проблему можно рассматривать также потенциальную возможность. Например, активный поиск способов повышения эффективности какого-то подразделения, даже если дела идут хорошо, будет упреждающим управлением. В этом случае вы осознаете проблему, когда поймете — кое-что можно сделать либо для улучшения хода дела, либо для извлечения выгоды из представляющейся возможности.

Первая фаза в диагностировании сложной проблемы — осознание и установление симптомов затруднений или имеющихся возможностей. Некоторые общие симптомы болезни организации — низкие прибыль, сбыт, производительность и качество, чрезмерны; издержки, многочисленные конфликты в организации и большая текучесть кадров. Обычно несколько симптомов дополняют друг друга. Чрезмерные издержки и низкая прибыль, к примеру, часто неразлучны.

Выявление симптомов помогает определить проблему в общем виде. Это способствует также сокращению числа факторов, которые следует учитывать применительно к управлению.

Для выявления причин возникновения проблемы необходимо собрать и проанализировать требующуюся внутреннюю и внешнюю (относительно организации) информацию.

Информация и способность использовать ее — решающие моменты в процессе принятия решений. Поток информации, который проходит через организацию, можно сравнить с производственным процессом. В этом процессе единицы сырья перерабатываются в товары и услуги, которые организация производит. Поступление информации начинается со сбора данных, которые представляют собой исходный материал информации. Первоначально данные весьма разрозненны, но в процессе их обработки они становятся полезной информацией. Исходные данные становятся информацией после того, как будут классифицированы, проанализированы и обработаны таким образом, чтобы их можно было использовать для принятия решений.

Для принятия решений менеджерам нужна качественная информация. Качество информации определяется пятью признаками:

• Достоверностью — должна быть избавлена от ошибок;

• Современностью — должна основываться на последних данных;

• Комплексностью — охватывать весь комплекс вопросов;

• Краткостью — должна представляться в сжатой форме, которая позволяет принимать решения быстро и легко.

• Уместностью — именно той должна быть информация, которая необходима для принятия решений.

Формулировка ограничений и критериев принятия решения.

Когда руководитель диагностирует проблему с целью принятия решения, он должен отдавать себе отчет в том, что именно можно с нею сделать. Многие возможные решения проблем организации не будут реалистичными, поскольку либо у руководителя, либо у организации недостаточно ресурсов для реализации принятых решений. Кроме того, причиной проблемы могут быть находящиеся вне организации силы — такие, как законы, которые руководитель не властен изменить. Ограничения корректирующих действий сужают возможности принятии решений. Перед тем как переходить к следующему этапу процесса, руководитель должен беспристрастно определить суть ограничений и только потом выявлять альтернативы. Если этого не сделать, как минимум, будет впустую потеряна масса времени. Еще хуже, если будет выбрано нереалистичное направление действий. Естественно, это усугубит, а не разрешит существующую проблему.

Ограничения варьируются и зависят от ситуации и конкретных руководителей. Некоторые общие ограничения — это неадекватность средств; недостаточное число работников, имеющих требуемую квалификацию и опыт; неспособность закупить ресурсы по приемлемым ценам; потребность в технологии, еще не разработанной иле чересчур дорогой; исключительно острая конкуренция; законы и этические соображения. Как правило, для крупной организации существует меньше ограничений, чем для мелкой или одолеваемой множеством трудностей.

Существенным ограничителем всех управленческих решений, хотя иногда вполне устранимым, является определяемое высшим руководящим звеном сужение полномочий всех членов организации (эта тема рассматривается в разделе, посвященном процессу организации дела). Коротко говоря, менеджер может принимать или осуществлять решение только в том случае, если высшее руководство наделило его этим правом.

В дополнение к идентификации ограничений, руководителю необходимо определить стандарты по которым предстоит оценивать альтернативные варианты выбора. Эти стандарты принято называть критериями принятия решений. Они выступают в качестве рекомендаций по оценке решений.

Определение альтернатив

Следующий этап — формулирование набора альтернативных решений проблемы. В идеале желательно выявить все возможные действия, которые могли бы устранить причины проблемы и, тем самым, дать возможность организации достичь своих целей. На данной стадии процесса формируется решение как воздействие путем выбора присущих ему средств и ресурсов, которые выступают и воздействующим фактором, и ограничением. Формируются разные варианты решений, направленные на достижение одной цели.

Следует позаботиться о том, чтобы был учтен достаточно широкий спектр возможных решений. Углубленный анализ трудных проблем необходим для разработки нескольких действительно различающихся альтернатив, включая возможность бездействия. Когда руководство не в состоянии оценить, что произойдет, если ничего не предпринимать, существует опасность не устоять перед требованием немедленных действий. Действие ради

самого действия повышает вероятность реагирования на внешний симптом проблемы, а не на ее главную причину.

Оценка альтернатив

Следующий этап — оценка возможных альтернатив.

При их выявлении необходима определенная предварительная оценка. Исследования, однако, показали, что как количество, так и качество альтернативных идей растет, когда начальная генерация идей (идентификация альтернатив) отделена от оценки окончательной идеи.

Это означает, что только после составления вами списка всех идей, следует переходить к оценке каждой альтернативы. При оценке решений руководитель определяет достоинства и недостатки каждого из них и возможные общие последствия. Ясно, что любая альтернатива сопряжена с некоторыми отрицательными аспектами. Как упоминалось выше, почти все важные управленческие решения содержат компромисс.

Наиболее ответственные функции в процессе управления связаны со сравнительной оценкой вариантов решений, которая осуществляется как по управленческим критериям, так и по возможностям достижения конечных результатов деятельности организации.

Оценка решения как воздействия осуществляется с позиций силы его воздействия, полноты и взаимосвязанности отношений управления, включенных в решение, комплексности используемых средств и методов воздействия. При оценке управленческого решения применяются методы количественной оценки результативности, затрат ресурсов, эффективности (производительности, рентабельности, прибыльности, окупаемости).

На этой стадии могут возникнуть затруднения, поскольку невозможно сравнивать вещи, если они не однотипны — яблоки бессмысленно напрямую сравнивать с апельсинами. Все решения следует выражать в определенных формах. Желательно, чтобы это была форма, в которой выражена цель. В бизнесе прибыль — неизменная потребность и высший приоритет, поэтому решения можно представить в денежном выражении и в виде оценки их воздействия на прибыль. В некоммерческой организации главной целью, как правило, является предоставление наилучших услуг при наименьших затратах. Поэтому денежное выражение можно использовать для сравнения последствий решений в сходных организациях.

Заметим, что при оценке возможных решений руководитель пытается спрогнозировать то, что произойдет в будущем. Будущее всегда неопределенно. Множество факторов, включая изменение внешнего окружения и невозможность реализации решения, может помешать воплощению намеченного. Поэтому важным моментом в оценке является определение вероятности осуществления каждого возможного решения в соответствии с намерениями. Если последствия какого-то решения благоприятны, но шанс его реализации невелик, оно может оказаться менее желательным вариантом выбора.

Выбор альтернативы

Если проблема была правильно определена, а альтернативные решения тщательно взвешены и оценены, сделать выбор, то есть принять решение сравнительно просто.

Руководитель просто выбирает альтернативу с наиболее благоприятными общими последствиями. Однако если проблема сложна и приходится принимать во внимание множество компромиссов, или если информация и анализ субъективны, может случиться, что ни одна

альтернатива не будет наилучшим выбором. В этом случае главная роль принадлежит хорошему суждению и опыту.

Хотя для менеджера идеально достижение оптимального решения, руководитель, как правило, на практике не мечтает о таковом. Обычно оптимальное решение не обнаруживается из-за нехватки времени и невозможности учесть всю информацию и альтернативы.

В силу этих ограничений руководитель, как правило, выбирает направление действия, которое, очевидно, является приемлемым, но не обязательно наилучшим из возможных.

Реализация

Процесс решения проблемы не заканчивается выбором альтернативы. Простой выбор направления действий имеет малую ценность для организации. Для разрешения проблемы или извлечения выгоды из имеющейся возможности решение должно быть реализовано. Уровень эффективности осуществления решения повысится, если оно будет признано теми, кого оно затрагивает. Признание решения редко, однако бывает автоматическим, даже если оно явно хорошее.

Иногда руководитель может возложить принятие решения на тех, кто должен будет его исполнять. Чаще же он вынужден убеждать в правильности своей точки зрения других людей в организации, доказывать людям, что его выбор несет благо и организации, и каждому в отдельности. Некоторые руководители считают попытки убеждения напрасной тратой времени, однако, подход типа «прав я или не прав, но начальник я» сегодня в мире образованных людей, как правило, не срабатывает.

Как станет понятно при рассмотрении проблем мотивации и лидерства, шансы на эффективную реализацию значительно возрастают, когда причастные к этому люди внесли в решение свою лепту и искренне верят в то, что делают.

Поэтому хороший способ завоевать признание решения состоит в привлечении других людей к процессу его принятия. Дело руководителя выбирать, кто должен решать.

Тем не менее бывают ситуации, когда руководитель вынужден принимать решение, не консультируясь с другими. Участие работников в принятии решений, подобно любому другому методу управления, будет эффективным далеко не в каждой ситуации.

Более того, твердая поддержка сама по себе еще не гарантирует надлежащего исполнения решения. Полное осуществление решений требует приведения в действие всего процесса управления, в особенности его организующей и мотивационной функций.

Источник:https://bstudy.net/739679/turizm/lichnost_vlast_avtoritet_menedzhera_gostinitsy

Вопросы к обсуждению:

1. Какие факторы влияют на принятие управленческих решении в гостиничном бизнесе?
2. Какие функции и виды каналов сбыта услуг в гостиничном бизнесе существуют?
3. Какие основные типы принятия управленческого решения существуют?

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания

Тема 6.2 Менеджмент финансовых ресурсов и доходов в гостиничных организациях и организациях общественного питания

3. Цели занятия.

- Узнать о продажах гостиничных продуктов организованным потребителям и посредникам на гостинично- туристическом рынке

- Определить понятие управленческого решения, а также отличительные признаки управленческих решений

- Что такое управленческая проблема и какова её диагностика

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие управленческого решения	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Отличительные признаки управленческих решений	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Классификация управленческих решений	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Управленческая информация, необходимая для принятия решений	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Управленческие решения можно классифицировать, руководствуясь различными классификационными признаками.

В зависимости от повторяемости проблемы, требующей решения, все управленческие решения можно подразделить на традиционные, неоднократно встречавшиеся.

ЛПР – лицо, принимающее решение ранее в практике управления, когда необходимо лишь сделать выбор из уже имеющихся альтернатив, и нетипичные, нестандартные решения, когда их поиск связан прежде всего с генерацией новых альтернатив. Следует иметь в виду, что

классификация решений, как и любая другая, использует частично пересекающиеся, порой неоднозначно определенные классификационные признаки.

В зависимости от содержания принятого решения управленческие решения могут быть: экономическими, социальными, организаторскими, техническими и т.д.

Реализация решения может потребовать нескольких часов, дней или месяцев. Если между принятием решения и завершением его реализации пройдет сравнительно короткий срок – это решение краткосрочное. В то же время все более возрастает количество и значение долгосрочных, перспективных решений, результаты осуществления которых могут быть удалены на несколько лет.

Если выбор наилучшей альтернативы производится только по одному критерию, то принимаемое решение будет простым, однокритериальным. И наоборот, когда выбранная альтернатива должна удовлетворять одновременно нескольким критериям, решение будет сложным, многокритериальным. Принятие решения может преследовать собственную, самостоятельную цель или же быть средством, способствовать достижению цели более высокого порядка. В соответствии с этим решения могут быть стратегическими или тактическими.

Лицом, осуществляющим выбор из имеющихся альтернатив окончательного решения, может быть один человек – и его решение будет, соответственно, индивидуальным. Однако в современной практике менеджмента все чаще встречаются сложные ситуации и проблемы, решение которых требует всестороннего анализа. Такие решения называются групповыми. Усиление профессионализации и углубление специализации управления приводят к широкому распространению групповых форм принятия решений. Результат решения может сказаться на каком- либо одном или нескольких подразделениях предприятия или организации.

Уровень творчества определяется степенью использования руководителем творческого потенциала. Рутинные решения практически не предполагают использования творческого потенциала руководителя, применения специальных методов обоснования решений. Творческие решения основываются на нетрадиционных подходах, инновациях, на умении нестандартно взглянуть на возникшую проблему. Для таких решений обычно заранее не известны все имеющиеся альтернативы, невозможно использовать прежний опыт. Творческий подход используется при выборе направлений развития организации, разработке различных комплексных программ, принятии уникальных решений.

Управленческие решения могут быть разделены на фиксированные, или документированные (т.е. оформленные в виде какого либо документа – приказа, распоряжения, письма и т.п.), и недокументированные (не имеющие документальной формы, устные). Большинство решений в аппарате управления оформляется документально, однако мелкие, несущественные решения, а также решения, принятые в чрезвычайных, острых, не терпящих промедления ситуациях, могут и не фиксироваться документально.

Решения можно оценивать как хорошие или плохие по любому из двух общих критериев:

1) соответствие объективным требованиям к хорошему решению в то время, когда оно принимается;

2) правильность решения, выявляемая позднее.

Соответствие решения общему критерию предполагает, что указанное решение – действенное и прагматичное, оно четко определяет, что, когда и как будет сделано по проблеме; выработано в интересах достижения целей организации; осуществлено эффективно, т.е. его реализация приносит организации определенную выгоду.

Источник: https://studme.org/45745/menedzhment/klassifikatsiya_upravlencheskih_resheniy

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое управленческое решение?
2. Какие существуют отличительные признаки управленческих решений?
3. Какая управленческая информация, необходима для принятия решений?
4. Какие этапы процесса принятия и реализации управленческого решения существуют

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Задания к разделу 1

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания

Тема 1.1. Гостиничное хозяйство и общественное питание

3. Цели занятия.

-сформировать понимание сущности менеджмента гостиниц и организаций общественного питания

-изучить особенности ресторанного и гостиничного дела

-знать управление эксплуатации здания

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность менеджмента гостиниц и организаций общественного питания.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Характер управленческой деятельности в гостиничном хозяйстве и общественном питании.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Инновационный менеджмент гостиниц и организаций общественного питания.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Особенности гостиничного и ресторанного дела.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Гостиничный продукт. Понятие и виды.
2. Подходы к анализу гостиничного продукта
3. Стадия жизненного цикла гостиничного продукта
4. Управление жизненным циклом продукты
5. Потребительское поведение на рынке гостиничных услуг
6. Зависимость гостиничного продукта от потребителя.
7. Зависимость гостиничного продукта от состояния основных фондов.

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания

Тема 1.2 Управление характеристиками гостиничных продуктов

3. Цели занятия.

-сформировать понимание сущности гостиничного продукта

-изучить потребительское поведение на гостиничном рынке

-знать технологии обслуживания

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и специфика продукта гостиничного продукта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Участие потребителя в предложении гостиничного продукта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Структура и уровни гостиничного продукта	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Формирование характеристик продуктовой номенклатуры гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Гостиничный продукт. Понятие и виды.
2. Подходы к анализу гостиничного продукта
3. Стадия жизненного цикла гостиничного продукта
4. Управление жизненным циклом продукты

5. Потребительское поведение на рынке гостиничных услуг
6. Зависимость гостиничного продукта от потребителя.
7. Зависимость гостиничного продукта от состояния основных фондов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Жизненный цикл гостиничного продукта – это:

а) это время его существования на рынке, охватывающее момент вывода гостиничного продукта на рынок

б) это время его существования на рынке, охватывающее промежуток с момента разработки и вывода на рынок до момента снятия с рынка

в) это время его существования на рынке, охватывающее момент разработки продукта

г) это время его существования на рынке, охватывающее промежуток вывода на рынок

2. В настоящее время выделяют 3 классические гостиничные концепции:

а) туристская гостиничная концепция

б) лечебно-оздоровительная гостиничная концепция

в) транзитная гостиничная концепция

г) гостиничная концепция развлечений

3. Выделяют 4 основных направления, ассоциирующихся с гостиничной индустрией:

а) перевозка, лечение, питание, отдых

б) размещение, питание, оздоровление, перевозка

в) питание, отдых перевозка, экскурсионное обслуживание

г) размещение, общественное питание, перевозка, отдых

4. Транзитная гостиница – это:

а) специализируется на предоставлении непродолжительного ночлега транзитным пассажирам

б) специализируется на предоставлении продолжительного ночлега

в) специализируется на предоставлении услуг туристам

г) специализируется на предоставлении бизнес клиентам

5. Процесс организации системы сбыта гостиничного предприятия состоит из нескольких этапов:

а) Определение стратегии сбыта

б) процесс разработки конкурентоспособной позиции на рынке

в) деление рынков потребителей гостиничных услуг по территориальному признаку

г) совокупность определенного количества и качества товаров и услуг

Задания к разделу 2

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания

Тема 2.1 Процесс и функции управления гостиницами и организациями общественного питания

3. Цели занятия.

-изучить структуру управления организацией

-изучить требования к структуризации управления
-знать сущность делегирования полномочиями
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Структура управления организацией и ее элементы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Требования к структуризации управления	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Общая типология организационных структур и их характеристика	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Понятие и принципы делегирования полномочий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Подбор управленческого персонала в гостиницу
2. Подбор управленческого персонала на предприятие питания
3. Формальные элементы управления
4. Неформальные элементы управление
5. Организационная структура гостиницы
6. Организационная структура предприятия питания.

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания

Тема 2.1 Процесс и функции управления гостиницами и организациями общественного питания

3. Цели занятия.

-изучить структуру управления организацией
-изучить требования к структуризации управления
-знать сущность делегирования полномочиями
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Структура управления организацией и ее элементы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Требования к структуризации управления	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Общая типология организационных структур и их характеристика	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Понятие и принципы делегирования полномочий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат
Темы рефератов
1. Подбор управленческого персонала в гостиницу
2. Подбор управленческого персонала на предприятие питания
3. Формальные элементы управления
4. Неформальные элементы управление
5. Организационная структура гостиницы
6. Организационная структура предприятия питания.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.
1. В период низкой активности гостиничного предприятия
а) потребность в персонале возрастает
б) активность гостиничного предприятия никак не сказывается на персонале
в) потребность в персонале уменьшается
г) потребность в персонале остается на уровне до снижения активности
2. Нематериальное стимулирование включает в себя
а) бонусные карты
б) компенсационный пакет
в) 10% от стоимости услуг
г) клиентская карта
3. Менеджер по связям с гостями выполняет одну из главных задач
а) управляет жалобами гостей, которые периодически случаются независимо от уровня внимания со стороны сотрудников и качества обслуживания
б) встречает гостей и провожает их до номера
в) управляет пресс-релизами гостиницы
г) создает маркетинговые кампании для партнеров

4. Под организационной структурой управления (менеджмента) гостиничного предприятия понимают:

а) разделение управленческого труда в гостиничном предприятии

б) состав и форма взаимоотношений между руководителями и работниками сферы гостеприимства

в) определение способов взаимоотношений между элементами структуры управления

г) определение управленческих функций

5. От какого одного из факторов зависит построение структуры управления

а) от состава руководителей

б) определение взаимоотношений между элементами структуры управления

в) от числа линейных и функциональных звеньев каждого уровня

г) разделение функций управления

Задания к разделу 3

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов

Тема 3.1 Подбор персонала в гостиницы и организации общественного питания

3. Цели занятия.

-сформировать понимание трудового процесса гостиницы и ресторана

-изучить содержание трудового процесса

-знать понятие управленческого труда

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Трудовой процесс гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Трудовой процесс ресторана	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Особенности трудового процесса гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Содержание трудового процесса на гостиничном предприятии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Подбор управленческого персонала в гостиницу
2. Подбор управленческого персонала на предприятие питания
3. Формальные элементы управления
4. Неформальные элементы управление
5. Организационная структура гостиницы
6. Организационная структура предприятия питания.

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов

Тема 3.2 Права и обязанности руководителей подразделения

3. Цели занятия.

-изучить управленческий контроль

-изучить права и обязанности руководителей

-знать полномочия руководителей

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разделение и кооперация управленческого труда	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Делегирование полномочий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Управленческий контроль	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Техническое обеспечение управленческого труда	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Подбор управленческого персонала в гостиницу
2. Подбор управленческого персонала на предприятие питания
3. Формальные элементы управления
4. Неформальные элементы управление
5. Организационная структура гостиницы
6. Организационная структура предприятия питания.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Одноуровневый канал сбыта включает в себя:

а) продажа гостиницей своих услуг по относительно низким ценам в связи с необходимостью учета коммерческого интереса сразу у нескольких посредников внутри канала

б) включает в процесс сбыта не более 1-го посредника

в) включает в процесс сбыта более 1-го посредника

г) продажа гостиницей своих услуг по относительно низким ценам в связи нескольким посредникам внутри канала

2. От какого одного из факторов зависит построение структуры управления

а) от состава руководителей

б) определение взаимоотношений между элементами структуры управления

в) от числа линейных и функциональных звеньев каждого уровня

г) разделение функций управления;

3. Работа в команде при высокоэффективной кадровой политике

а) Сотрудники делают только ту работу, которую им дал непосредственный начальник

б) Сотрудники помогают друг другу, не дожидаясь приказов

в) Сотрудники не помогают друг другу

г) Сотрудники не помогают друг другу, но при «горящих» ситуациях мобилизуются

4. Под организационной структурой управления (менеджмента) гостиничного предприятия понимают:

а) разделение управленческого труда в гостиничном предприятии

б) состав и форма взаимоотношений между руководителями и работниками сферы гостеприимства

в) определение способов взаимоотношений между элементами структуры управления

г) определение управленческих функций

5. Большая часть кадровой работы заключаются в …?

а) разработке должностных инструкций для сотрудников отеля

б) методе отбора персонала

в) приеме на работу

г) проведении тренингов

Задания к разделу 4

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 4. Управление персоналом гостиниц и организаций общественного питания

Тема 4.1 Понятие и характеристики персонала

3. Цели занятия.

-сформировать понимание сущности персонала

-изучить систему приема на работу

-изучить кадровую службу предприятий

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Понятие и характеристики персонала	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Структура персонала организации по различным признакам	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Система управления персоналом и ее подсистемы на предприятии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Характеристика отдельных подсистем управления персонала	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Карьера сотрудника гостниничного предприятиия
2. Карьера сотрудника предприятия питания
3. Виды карьерного роста
4. Планирование карьеры
5. Ключевые должности в карьере в индустрии гостеприимства
6. Организация службы управления персоналом
7. Конец карьеры

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 4. Управление персоналом гостиниц и организаций общественного питания

Тема 4.2 Карьера персонала в гостинице и организации общественного питания

3. Цели занятия.

-изучить структуру персонала гостиницы и ресторана

-знать критерии оценки сотрудников

-знать способы подбора и отбора персонала

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Структура персонала гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Система управления персоналом и ее подсистемы на гостиничном предприятии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

3	Характеристика отдельных подсистем управления персоналом гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Организационные структуры службы управления персоналом в гостиницах	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Карьера сотрудника гостиничного предприятия
2. Карьера сотрудника предприятия питания
3. Виды карьерного роста
4. Планирование карьеры
5. Ключевые должности в карьере в индустрии гостеприимства
6. Организация службы управления персоналом
7. Конец карьеры

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Как определяется этап карьеры:

а) временной период развития личности

б) фазы развития профессионала

в) периоды овладения деятельностью

г) все ответы правильные

2. При планировании карьеры различают следующие типы целей

а) личные, предметные, индустриальные

б) объективные, субъективные

в) личные, общественные

г) только личные

3. В процессе планирования карьеры учитываются три стороны

а) работник, руководитель, отдел человеческих ресурсов

б) работодатель, работник, помощник руководителя

в) отдел человеческих ресурсов, работник, преподаватель

г) руководитель, помощник руководителя, работник

4. Какие стадии проходит человек в ходе своей карьеры

а) подготовительная, первая, вторая, третья

б) первая, вторая, третья, заключительная

в) предварительная, первоначальная, стадия стабильной работы, стадия отставки

г) стадия стабильной работы, подготовительная, вторая, заключительная

5. Какой из этапов не входит в этапы карьеры?

а) этап сохранения

б) этап завершения

в) этап становления

г) этап планирования

Задания к разделу 5

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питания

Тема 5.1 Менеджмент деловых совещаний и переговоров в гостиницах и организациях общественного питания

3. Цели занятия.

- определить сущность руководства и лидерства
- определить сущность стиля руководства
- знать типологию стилей руководства
-изучить основы и виды власти

4. Структура практического занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность руководства и лидерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Сущность стиля руководства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Типология стилей руководства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Теории стилей руководства и лидерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Решение конфликтов в гостиничном предприятии
2. Типология конфликтных ситуаций
3. Роль скриптов в работе с конфликтными ситуациями
4. Подготовка персонала к возможным конфликтам и их последствиям
5. Виды конфликтных гостей
6. Роль лидера в гостиничных предприятиях
7. Возможные виды конфликтов на предприятиях общественного питания

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питания

Тема 5.2 Управление конфликтами в гостиницах и организациях общественного питания

3. Цели занятия.

- Определение типологии конфликтов
- Причины возникновения конфликтов
- Методы разрешения конфликтов

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Личность менеджера	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Роль менеджера гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Роль менеджера ресторана	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Требования к менеджеру гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Решение конфликтов в гостиничном предприятии
2. Типология конфликтных ситуаций
3. Роль скриптов в работе с конфликтными ситуациями
4. Подготовка персонала к возможным конфликтам и их последствиям
5. Виды конфликтных гостей
6. Роль лидера в гостиничных предприятиях
7. Возможные виды конфликтов на предприятиях общественного питания

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Аспекты возрастания роли обучения персонала

а) необходимость в соответствующем образовании

б) является второстепенным средством при обслуживании гостя в отеле

в) является средством для достижения материальных благ

г) является важнейшим средством достижения стратегических целей компании

2. Преимущество матричной структуры управления

а) простота построения системы управления

б) ориентация на конкретный проект и снижение оперативной нагрузки на высшее руководство

в) снижение оперативной нагрузки на высшее руководство

г) увеличение кол-ва управленческого персонала

3. Основные цели управления персоналом:

а) своевременное привлечение высококвалифицированных специалистов

б) поощрение отделов

в) формирование коллектива на дружеской основе

г) постоянное обновление информации о персонале

4. Холл гостиницы hotel lobby включает в себя следующие должности:

а) горничная, официант

б) менеджер по связям, менеджер охраны

в) официант, консьерж

г) консьерж, менеджер по связям с гостями

5. Большая часть кадровой работы заключаются в …?

а) разработке должностных инструкций для сотрудников отеля

б) методе отбора персонала

в) приеме на работу

г) проведении тренингов

Задания к разделу 6

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания

Тема 6.1 Управление сбытовой политикой гостиниц и организаций общественного питания

3. Цели занятия.

- Факторы, влияющие на принятие управленческих решении в организациях общественного питания и гостиницах

- Особенности процесса разработки и принятия управленческого решения в гостиничном бизнесе

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Требования, предъявляемые к управленческим решениям	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Факторы, влияющие на принятие управленческих решений в гостиничном бизнесе	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Факторы, влияющие на принятие управленческих решений в организациях общественного питания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Особенности процесса разработки и принятия управленческого решения в гостиничном бизнесе	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Виды продаж в гостиницах
2. Виды продаж на предприятиях общественного питания
3. Продажи через посредников
4. Работа агрегаторов
5. Каналы сбыта продукции
6. Оценка эффективности работы различных каналов сбыта
7. Сбытовая стратегия

1. Гостиничный менеджмент

2. РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания

Тема 6.2 Менеджмент финансовых ресурсов и доходов в гостиничных организациях и организациях общественного питания

3. Цели занятия.

- Узнать о продажах гостиничных продуктов организованным потребителям и посредникам на гостинично- туристическом рынке

- Определить понятие управленческого решения, а также отличительные признаки управленческих решений

- Что такое управленческая проблема и какова её диагностика

4. Структура практиечского занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие управленческого решения	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Отличительные признаки управленческих решений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Классификация управленческих решений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Управленческая информация, необходимая для принятия решений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат
Темы рефератов
1. Виды продаж в гостиницах
2. Виды продаж на предприятиях общественного питания
3. Продажи через посредников
4. Работа агрегаторов
5. Каналы сбыта продукции
6. Оценка эффективности работы различных каналов сбыта
7. Сбытовая стратегия

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.
1. Наиболее удачное определение управленческого решения - это:
а) инструмент управленческой деятельности;
б) продукт управленческой деятельности;
в) выбранный (утвержденный) вариант управленческих действий
г) форма воздействия субъекта на объект;
2. Юридиче свойство управленческого решения – это:
а) целенаправленность;
б) правомерность;
в) плановость;
г) коллегиальность.
3. Технологическое свойство управленч решения - это:
а) комплексность;
б) стадийность;

в) целенаправленность;
г) актуальность.
4. Общие характеристики управленческих решений в организациях и частной жизни - это:
а) актуальность;
б) влияние на интересы субъекта разработки;
в) влияние на интересы коллектива работников;
г) разделение труда.
5. Классификация решений – это:
а) ранжирование решений;
б) оценка качества решений;
в) группировка решений по каким-либо признакам;
г) структуризация решений.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания

Тема 1.1. Гостиничное хозяйство и общественное питание

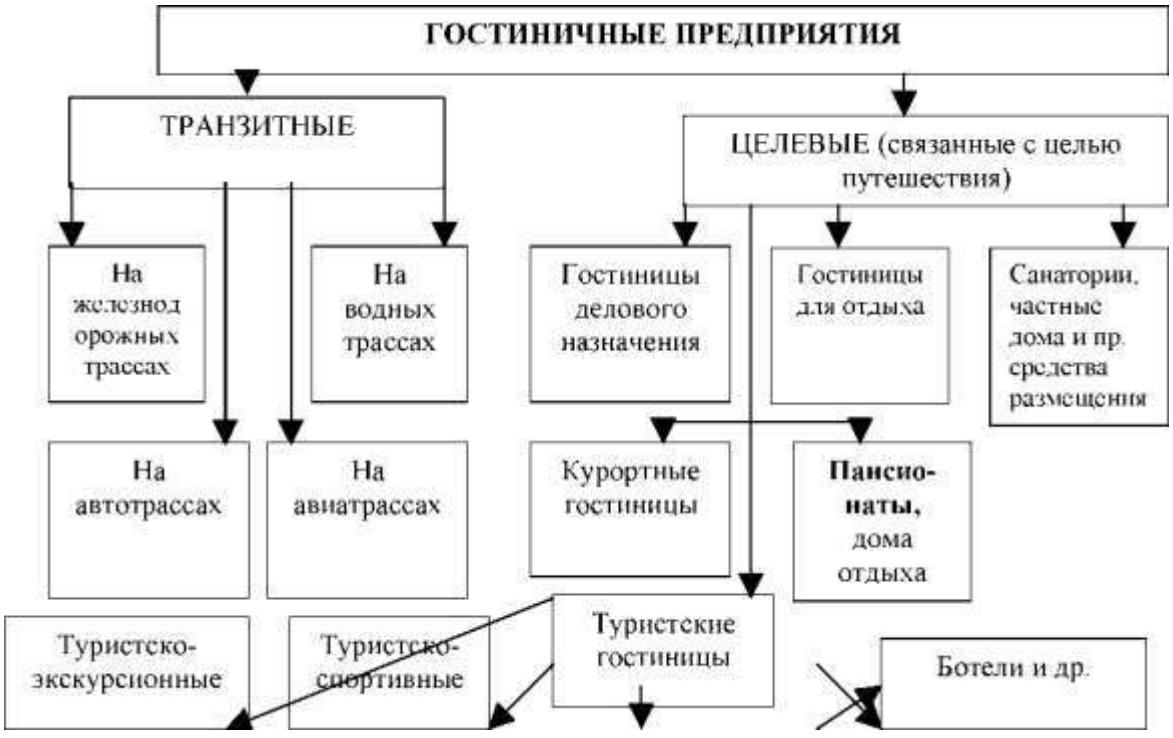
Источник: https://present5.com/industriya-gostepriimstva-industriya-gostepriimstva-eto-kompleksnaya/

Особенности управления на предприятиях общественного питания.

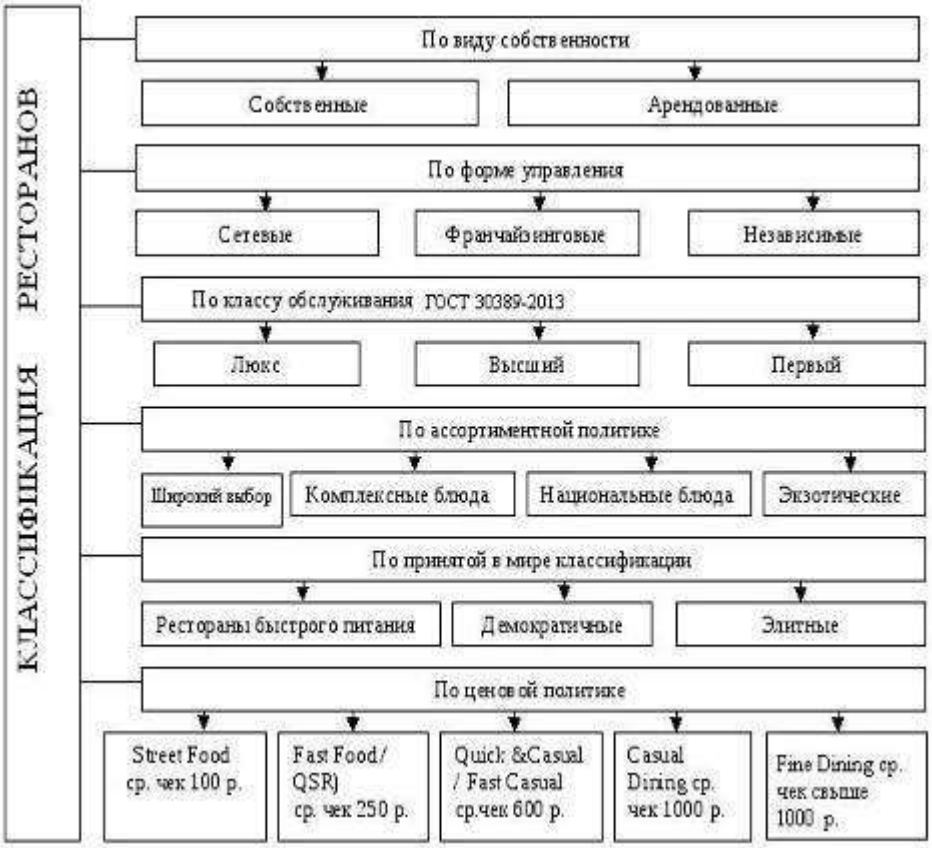
Функции менеджера по обслуживанию

Для выполнения функций управления предприятиями, организациями общественного питания создается соответствующая структура системы управления, представляющей собой совокупность спёциализированных подразделений, взаимосвязанных процессом принятия и реализации управленческих решений. Особое значение в управлении предприятием общественного питания, является расстановка кадров. Классификация управленческих кадров в общественном питании проводится по различным признакам. В зависимости от профессиональной роли в процессе управления, в частности, в принятии и реализации решений, все работники управления подразделяются на категории руководителей, спёциалистов и технических исполнителей.

Источник: https://otvet.mail.ru/question/212800745



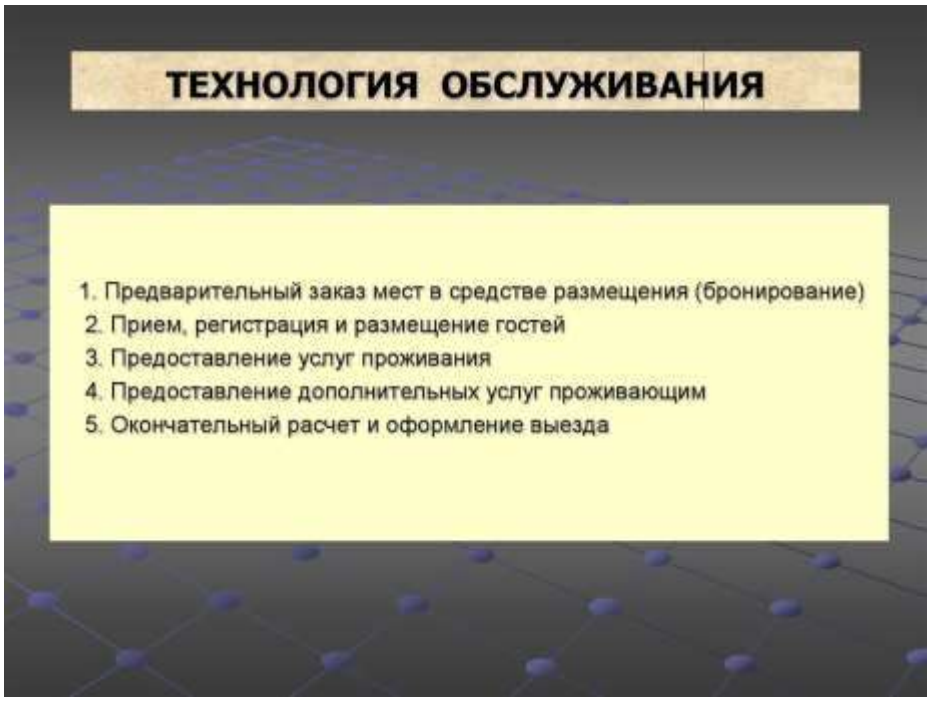
Источник: https://topuch.com/kursovaya-rabota-po-discipline-tehnologiya-obslujivaniya-i-sta/index5.html



Источник: https://mobile.studbooks.net/1389827/tovarovedenie/teoreticheskie_osnovy_deyatelnosti_predpriyatiya_restorannogo_biznesa

Тема 1.2 Управление характеристиками гостиничных продуктов

Источник: https://ppt-online.org/397855



Источник: https://ppt-online.org/521923

Источник: https://lean-kaizen.ru/strategiya-upravleniya-personalom-sfery-gostinichnykh-uslug.html

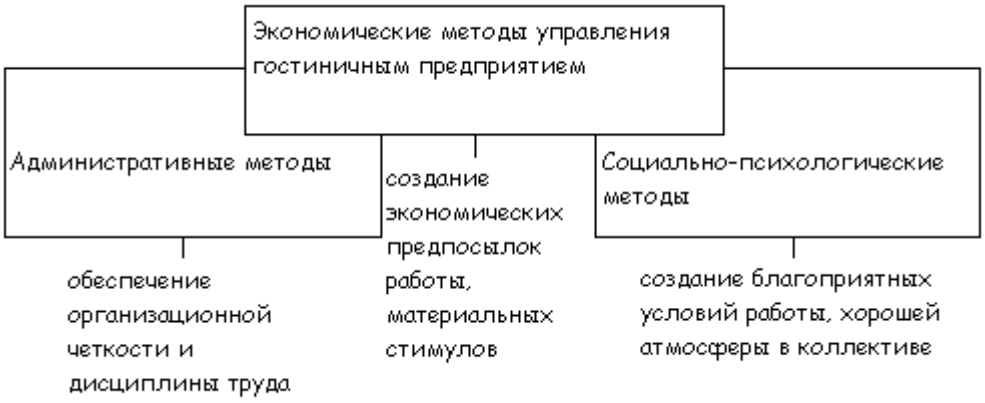
РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания

Тема 2.1 Процесс и функции управления гостиницами и организациями общественного питания

Источние: https://mnogoblock.ru/отделы-общественного-питания-магази/

Источник: https://ppt-online.org/650554

Тема 2.2 Методы управления в гостиницах и организациях общественного питания



Источник: https://studfile.net/preview/8376280/page:7/

Источник: https://slide-share.ru/organizacionnaya-struktura-predpriyatiya-obshchestvennogo-pitaniya-748875

РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов

Тема 3.1 Подбор персонала в гостинийцы и организации общественного питания

Источник: https://zdamsam.ru/a50985.html

Источник: https://thepresentation.ru/menedzhment/gostinichnyy-servis

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

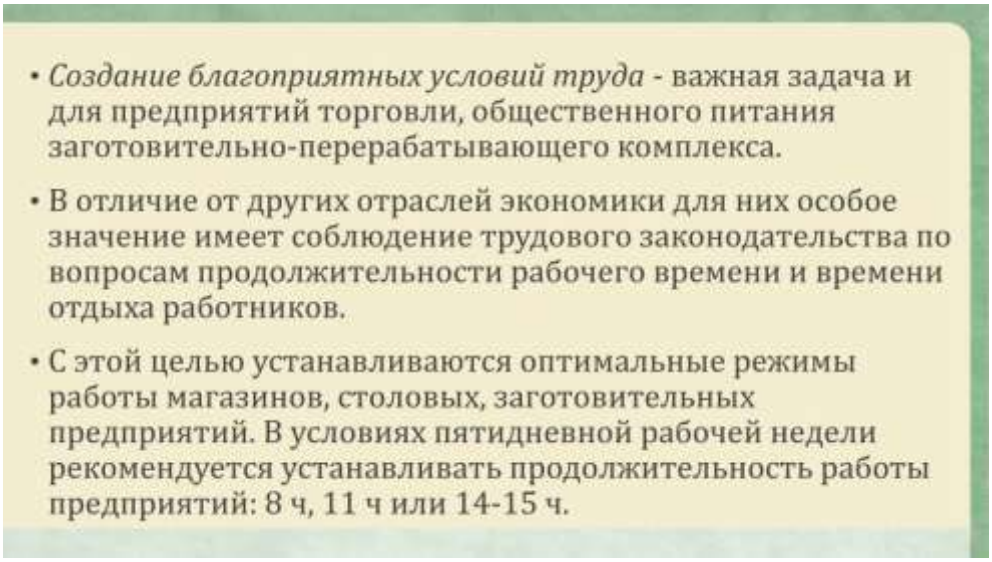
Обслуживание – один из основных критерий в оценке деятельности работников общественного питания.

Метод обслуживания – способ реализации потребителям продукции общественного питания.

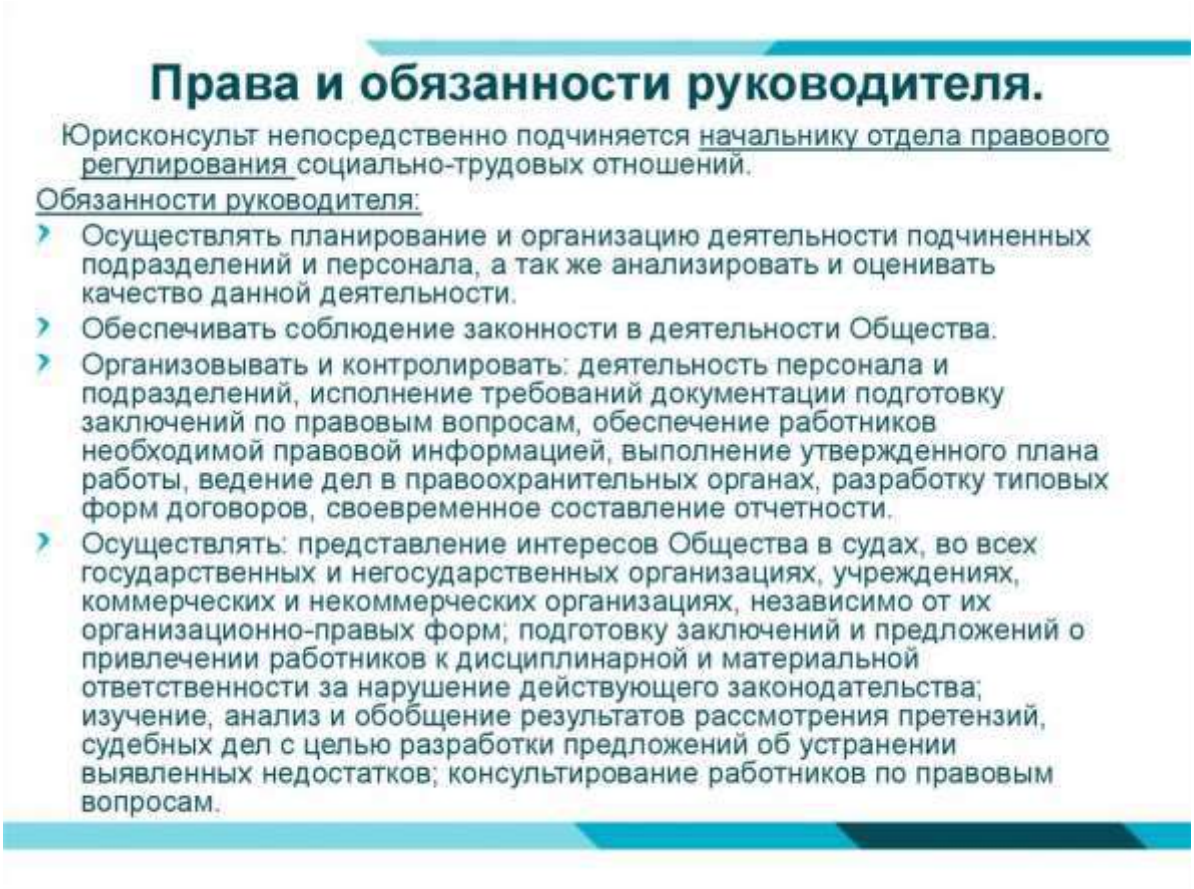
Процесс обслуживания в общественном питании – совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг при реализации кулинарной продукции и организации досуга.

Источник: https://prezentacii.org/prezentacii/prezentacii-raznie/166625-formy-obsluzhivanija-potrebitelej-predprijatij-pitanija.html

Тема 3.2 Права и обязанности руководителей подразделения



Источник: https://www.slideserve.com/zia-wells/5916382



Источник: https://xxx-shoping.ru/права-и-обязанности-магазина/

РАЗДЕЛ 4. Управление персоналом гостиниц и организаций общественного

Тема 4.1 Понятие и характеристики персонала

Основные характеристики персонала

Основные характеристики персонала: численность и структура.

Численность персонала организации бывает нормативная и списочная.

- **Нормативная (плановая)** зависит от характера, сложности, трудоемкости производственных и управленческих процессов, степени их механизации, автоматизации, компьютеризации.
- **Списочная (фактическая) численность** определяется. числом сотрудников, которые официально работают в организации в данный момент.

Структура персонала организации – это совокупность отдельных групп работников, объединенных по какому-либо признаку.

По признаку участия в производственном или управленческом процессе, т.е. по характеру трудовых функций персонал подразделяется на следующие категории :

- **Руководители**, осуществляющие функции общего управления. Их условно подразделяют на три уровня: высший, средний, низовой.
- **Специалисты** – лица, осуществляющие экономические, инженерно-технические, юридические и другие функции.
- **Другие служащие** (технические исполнители).
- **Рабочие**, которые непосредственно создают материальные ценности или оказывают услуги производственного характера.

Источник: https://en.ppt-online.org/565007

Оценка персонала

- В ходе оценки работодатель сравнивает сотрудника, занимающего определенную должность, с созданным идеальным профилем такого специалиста.

- Оценка персонала дает ответы на следующие стратегически необходимые вопросы компании:
- Как находить таланты внутри компании?
- Кого продвигать в кадровый резерв?
- Как создать понятные и измеримые критерии для выдвижения сотрудника на следующий карьерный и профессиональный уровень?
- Какие программы развития и обучения необходимы компании исходя из стратегии ее развития?
- Как удержать талантливых сотрудников?

Источник: https://ppt-online.org/427028

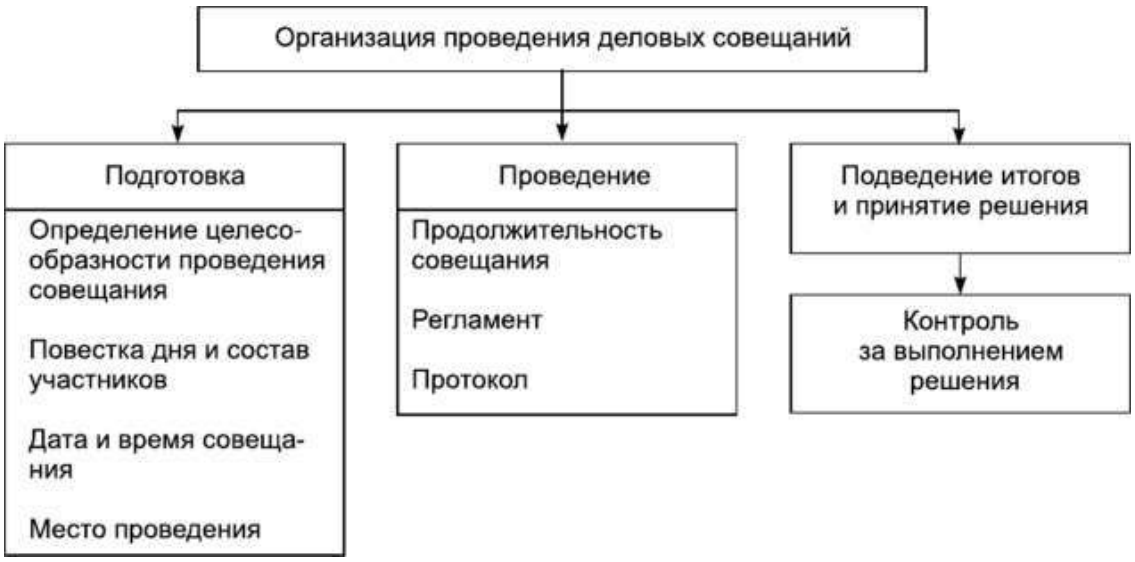
Тема 4.2 Карьера персонала в гостинице и организации общественного питания

Источник: https://ppt-online.org/496955

Источник: https://ppt-online.org/53022

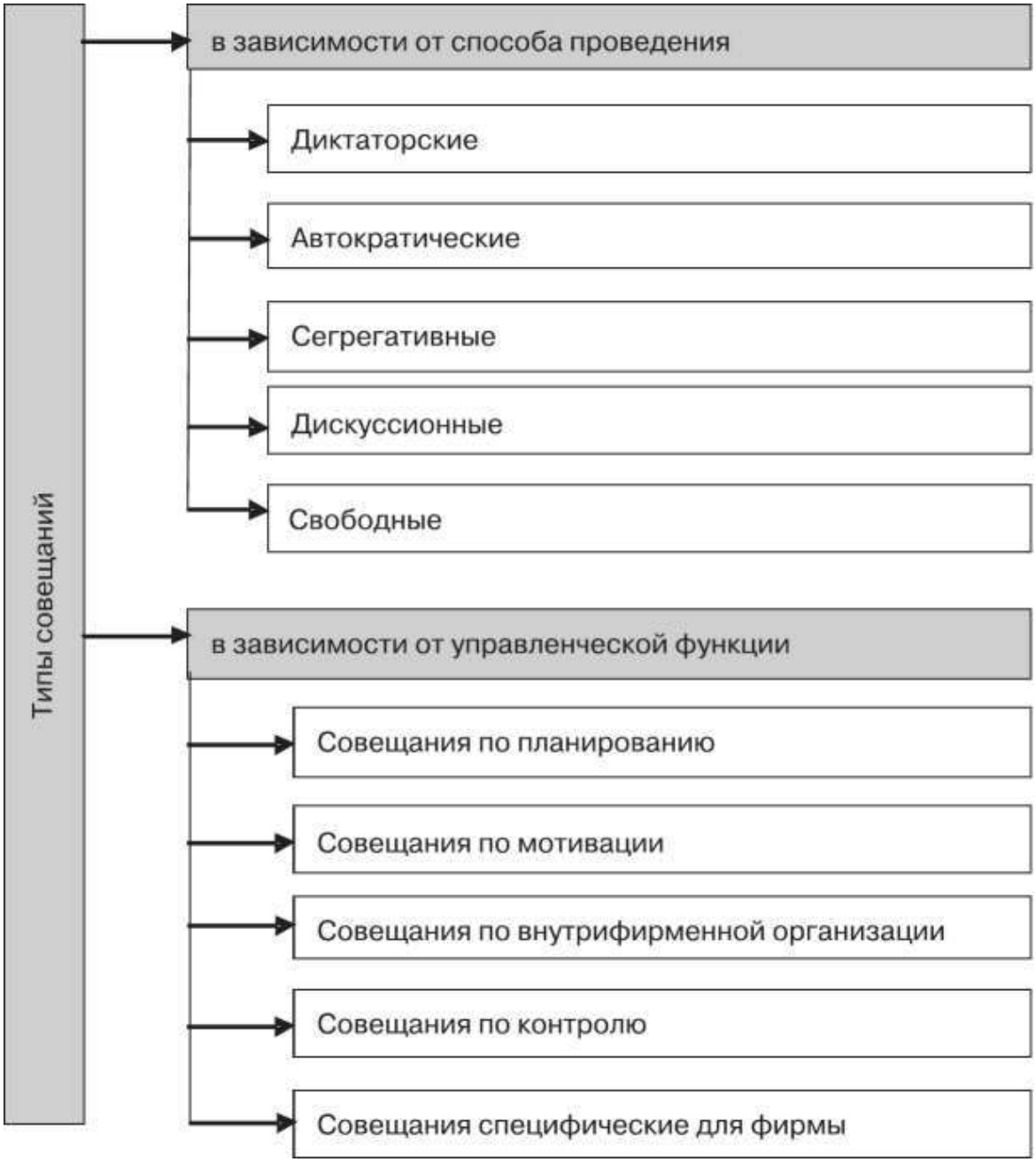
РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питания

Тема 5.1 Менеджмент деловых совещаний и переговоров в гостиницах и организациях общественного питания



Источник: https://bstudy.net/739691/turizm/klassifikatsiya_delovyh_soveschaniy

Источник:
https://studref.com/622157/turizm/opisanie_osnovnyh_sluzhb_gostinichnogo_predpriyatiya



Источник: https://bstudy.net/635641/ekonomika/delovoe_soveschanie

Тема 5.2 Управление конфликтами в гостиницах и организациях общественного питания

Управление конфликтами - это процесс целенаправленного воздействия на персонал организации с целью *устранения (минимизации) причин*, породивших конфликт, или на *коррекцию поведения участников* конфликта в соответствие со сложившимися нормами взаимоотношений.

Управление конфликтом можно рассматривать ***в двух аспектах***:

❖**Внутренний аспект** заключается в управлении собственным поведением в конфликтном взаимодействии.

❖**Внешний аспект** управления конфликтами предполагает, что субъектом управления может выступать ***руководитель***, используя:

- ✓ убеждение, разъяснение, психологическую помощь сотрудникам;
- ✓ исполнение роли эксперта;
- ✓ перемещение и увольнение участников конфликта;
- ✓ поощрение и наказание и др.

Источник: https://ppt-online.org/659939

Источник: https://politike.ru/termin/upravlenie-konfliktom.html

Таблица 4.3 Алгоритм управления конфликтом

Шаг	Содержание деятельности	Способы (методы) реализации
1	Изучение причин возникновения конфликта	Наблюдение, анализ результатов деятельности, беседа; изучение документов; биографический метод, то есть изучение биографических данных участников конфликта и др.
2	Ограничение числа участников	Работа с лидерами в микрогруппах; перераспределение функциональных обязанностей; поощрение или наказание и т. п.
3	Дополнительный анализ конфликта с помощью экспертов	Опрос экспертов; привлечение медиатора, психолога, переговорный процесс (медиация) и др.
4	Принятие решения	Административные методы; педагогические методы

РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания

Тема 6.1 Управление сбытовой политикой гостиниц и организаций общественного питания

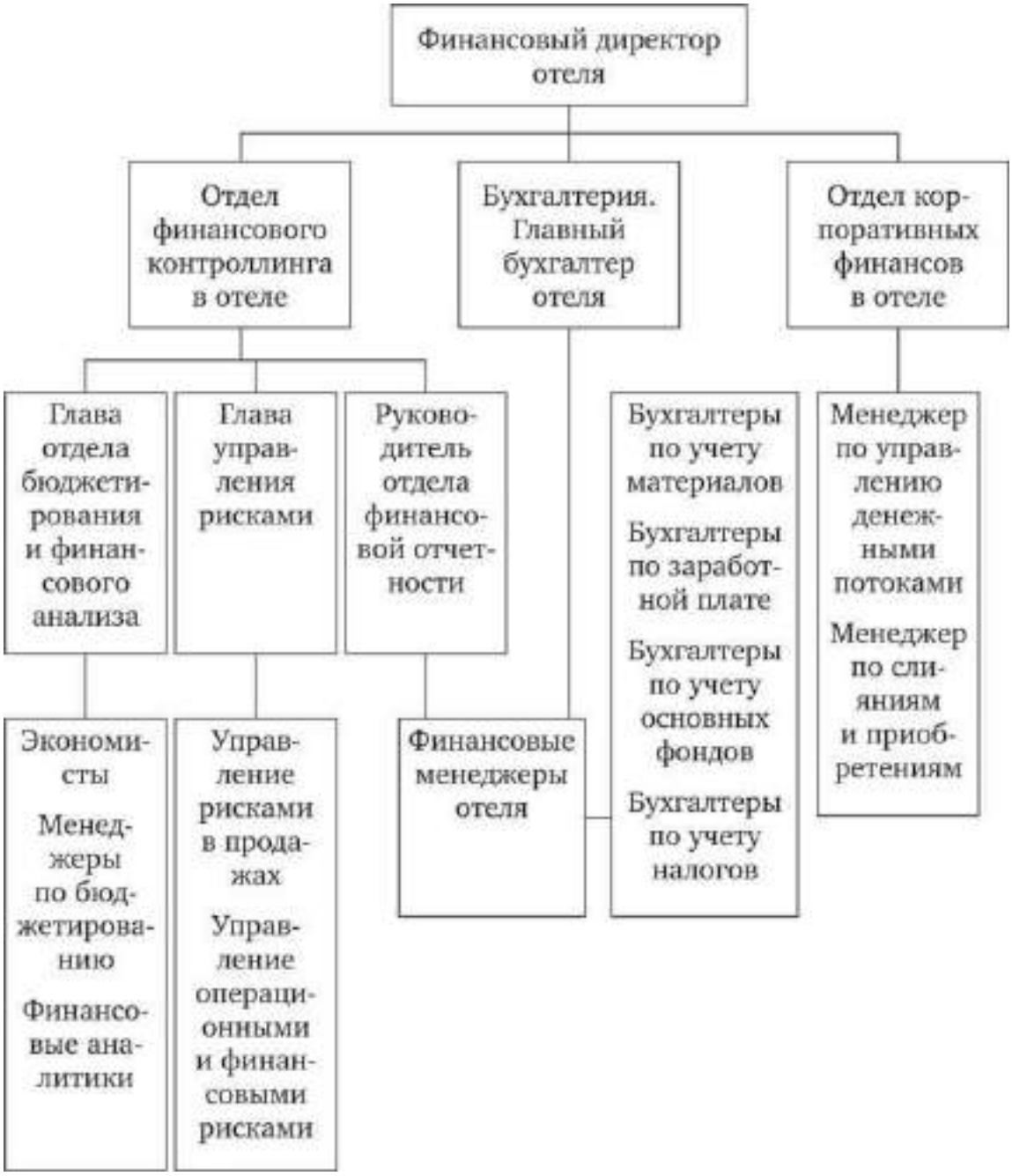
Источник: https://studme.org/166931/turizm/sbytovaya_politika_turistskogo_predpriyatiya

Источник: https://volkoff68.livejournal.com/9040.html

Источник: https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=664451

Тема 6.2 Менеджмент финансовых ресурсов и доходов в гостиничных организациях и

Источник:
https://studme.org/150815/turizm/osobennosti_finansovogo_menedzhmenta_predpriyatiyah_turizma_gostinichnogo_hozyaystva



Источник:
https://studme.org/389465/turizm/finansovoe_nalogovoe_administrirovanie_otelnom_biznese

Источник:
https://studme.org/296112/informatika/informatsionnye_sistemy_menedzhmenta_gostinichno_restorannom_sanatornom_biznese

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ, РЕГЛАМЕНТОВ И СТАНДАРТОВ В ГОСТИНИЦЕ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размыш-

ления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве	
Тема 1.1. Качество как социально-экономическая категория и объект управления.	Качество как социально-экономическая категория и объект управления. Значение повышения качества на макроуровне. Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством. Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.
Тема 1.2. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления.	Концепция пост индустриальной экономики. Этапы эволюции управления качеством. Различные подходы к содержанию понятия «качество». Основные понятия и определения в области качества. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления. Особенности гостиничных предприятий как объектов управления.
Раздел 2. Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания	
Тема 2.1. Роль стандартов в деятельности предприятий.	Понятие стандарта. Роль стандартов в деятельности предприятий. Понятие стандартизации. Виды стандартов (классификация). Росстандарт: функции и задачи; история деятельности. Система мировых стандартов. Система национальных стандартов в РФ. Отраслевые стандарты: обзор в мире и РФ. Региональные стандарты: цели и задачи. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации. Локальные стандарты гостиничных предприятий. Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации.
Тема 2.2. Международные стандарты в индустрии гостеприимства	ФРИО: история создания; функции и задачи. Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания. Сетевые предприятия общественного питания в аспекте качества. Транснациональные компании и их роль в развитии стандартизации. Международные стандарты в индустрии гостеприимства. Профессиональные стандарты в гостиницах. Стандарты гостиничных сетей.
Раздел 3. Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания	

Тема 3.1. Сущность сертификации гостиничных услуг.	Сущность сертификации гостиничных услуг. Основные принципы сертификации гостиниц. Обязательная и добровольная сертификация. Правила и документы по проведению работ в области сертификации гостиничных предприятий. Сертификация в гостиничной деятельности
Тема 3.2. Категории гостиниц.	Потребительский риск в сфере гостиничных услуг. Добровольная сертификация: проблемы и перспективы. Государственная сертификация в РФ. Нормативно-правовые основы сертификации в РФ. Проведение работ по сертификации. Классификация гостиниц (на примере страны)**.**
Раздел 4. Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия	
Тема 4.1. Роль и место менеджмента качества в общей системе управления предприятием	Менеджмент качества, функции менеджмента качества, подходы к управлению качеством гостиничного предприятия; модель управления качеством обслуживания в гостинице.
Тема 4.2. Основные понятия в области качества гостиничных услуг	Качество услуг гостиничного предприятия как соответствие стандартам, требованиям рынка и потребностям потребителей услуг, подходы к управлению качеством гостиничного предприятия.
Раздел 5. Определение удовлетворенности потребителей гостиничных услуг	
Тема 5.1. Методы оценки качества гостиничных услуг	Эмоциональное восприятие качества обслуживания в гостиницах. Типологии Кедотта. Терджена и структурирование функции качества обслуживания в гостиничном предприятии
Тема 5.2. Основные направления улучшения качества услуг и качества обслуживания	Рассмотреть основные направления улучшения качества услуг и качества обслуживания на основе определения удовлетворенности потребителей.
РАЗДЕЛ 6. Системы менеджмента качества гостиничных предприятий	
Тема 6.1. Принципы и этапы создания СМК на основе концепции TQM	Качества, контроль качества, качество гостиничного предприятия, концепция TQM, СМК, внедрение, риски, результативность и эффективность СМК, оценка эффекта, получаемого от СМК, на основе социологических опросов
Тема 6.2. Методы контроля качества и этапы внедрения СМК	Состав документов для сертификации СМК. Подготовка к проведению процедуры сертификации. Выбор организации для проведения процедуры сертификации. Заключение договора.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии

выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в

том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Качество как социально-экономическая категория и объект управления.

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
4. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?
5. Дать определение понятию «Качество» с указанием источника.
6. Дать определение индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 1.2. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления

1. Какие факторы внешней и внутренней среды гостиничных предприятий Вы знаете?
2. Нормативно-правовая база деятельности гостиничного предприятия.
3. Какие аспекты качества Вам известны?
4. Назовите ученых в области качества и дайте краткую характеристику основным их трудам.
5. К. Исикава и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях.
6. Э. Деминг и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях.
7. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности

РАЗДЕЛ 2. Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 2.1. Роль стандартов в деятельности предприятий.

1. Какую роль играет стандартизация в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?
3. Что такое техническое регулирование?

Тема 2.2. Международные стандарты в индустрии гостеприимства

1. Приведите примеры локальных стандартов
2. Какие международные стандарты индустрии туризма и гостеприимства Вам известны?
3. Дайте определение понятию «стандарт» с указанием источника

РАЗДЕЛ 3. Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 3.1. Сущность сертификации гостиничных услуг.

Международные стандарты и системы категоризации гостиниц
2. Требования к средствам размещения различных категорий
3. Требования к номерам различных категорий
4. В каких случаях возможен отказ в выдаче сертификата?
5. Как часто осуществляется инспекционный контроль сертифицированных услуг?
6. Сопоставьте схемы сертификации услуг.

Тема 3.2. Категории гостиниц.

1. На каких принципах строится деятельность по сертификации?
2. 8. Назовите участников сертификации.
3. 9. Приведите отличительные признаки сертификации соответствия и декларирования соответствия.
4. 10. Что такое знак соответствия?
5. 11. Назовите способы маркировки продукции знаком соответствия.
6. 12. Что такое обязательная сертификация?

РАЗДЕЛ 4. Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия

Тема 4.1. Роль и место менеджмента качества в общей системе управления предприятием

1. Стратегическое, тактическое и операционное планирование
2. Функции управления на гостиничном предприятии
3. Планирование как функция менеджмента
4. Менеджмент качества: планирование и контроль
5. Обеспечение качества гостиничных услуг
6. Организация работ по качеству в гостиничном предприятии: основные этапы и проблемы
7. Определение состава процессов управления качеством
8. Документационное и информационное обеспечение работ по качеству в гостиничном предприятии

Тема 4.2. Основные понятия в области качества гостиничных услуг

1. Система показателей в оценке качества гостиничного предприятия
2. Тип и характер действий при оценке качества гостиничного предприятия
3. Средства анализа и измерения
4. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
5. Качественные методы оценки гостиничных услуг
6. Невидимые функциональные службы и системы гостиничного предприятия
7. Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе
8. Правила формирования анкет, опросных листов и т.д.

9. Влияние конфессиональной, гендерной и национальной принадлежности на восприятие и оценку качества гостиничных услуг

РАЗДЕЛ 5. Определение удовлетворенности потребителей гостиничных услуг

Тема 5.1. Методы оценки качества гостиничных услуг

1. Как может осуществляться мониторинг мнений потребителей о качестве услуг и обслуживания гостиничного предприятия?
2. Как лучше формировать информационные потоки?
3. Как можно проводить мониторинг при помощи технических средств

Тема 5.2. Основные направления улучшения качества услуг и качества обслуживания

1. На основе отзывов потребителей предложите мероприятия по улучшению качества обслуживания в гостинице.
2. Как Вы считаете, такие мероприятия являются типовыми для индустрии гостеприимства?

РАЗДЕЛ 6. Системы менеджмента качества гостиничных предприятий

Тема 6.1. Принципы и этапы создания СМК на основе концепции TQM

1. Мониторинг, измерение, анализ и улучшение качества гостиничных услуг
2. Менеджмент ресурсов гостиничного предприятия
3. Управленческая деятельность руководства в области обеспечения качества

Тема 6.2. Методы контроля качества и этапы внедрения СМК

1. Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии
2. Особенности внедрения СМК в гостиничном предприятии
3. Требования к СМК в гостиничном предприятии

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Качество как социально-экономическая категория и объект управления.

Источник: https://xreferat.com/image/103/1307331701_2.jpg

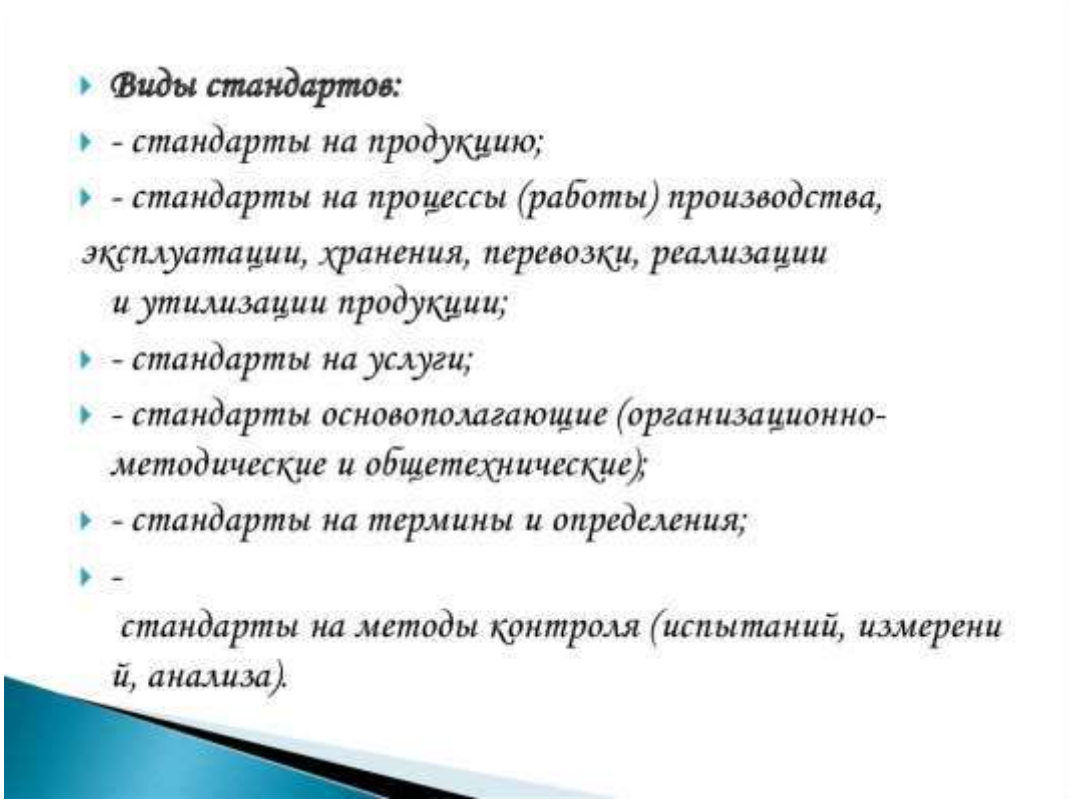
Тема 1.2. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления.

Источник:

https://studme.org/166866/turizm/vneshnyaya_sreda_turistskogo_predpriyatiya_osnovnye_faktory_opredelyayuschie

РАЗДЕЛ 2. Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 2.1. Роль стандартов в деятельности предприятий.



Источник:

https://bstudy.net/693029/turizm/povedenie_potrebiteley_industrii_turizma_motivatsiya_ozhidaniya

Тема 2.2. Международные стандарты в индустрии гостеприимства

Поведенческий стандарт, предписывающий действия персонала в конкретных ситуациях

Вид деятельности	Персонал	Форма выполнения	Возможные ошибки и упущения
По просьбе Клиента представить счет	Портье	Быстро, правильно, аккуратно и понятно составить счет, заполнив все поля	Счет не оформлен/оформлен неверно. Запись трудно разобрать. Долгое ожидание расчета.
Провести операции по расчету.	Кассир	Выяснить наличие дисконтной карты. Рассказать о дисконтной программе. Быстро провести операцию расчета с учетом всех скидок	Не выяснено наличие дисконтной карты. Не рассказано о дисконтной программе. Неверно произведены расчеты.
Выдача сдачи, чека, полный расчет		Озвучить полученную сумму и выдаваемую сдачу.	Отсутствие разменных купюр. Операция с деньгами не озвучена.

MyShared

Источник:

https://studme.org/170658/marketing/segmentatsionnyy_podhod_vyboru_tselevyh_rynkov

РАЗДЕЛ 3. Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 3.1. Сущность сертификации гостиничных услуг.

Источник: https://www.ekam.ru/blogs/pos/upravlenie-tovarnym-assortimentom

Тема 3.2. Категории гостиниц.

Источник: https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-new-product-development/

РАЗДЕЛ 4. Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия

Тема 4.1. Роль и место менеджмента качества в общей системе управления предприятием

Источник: https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-metody-cenoobrazovanie/

Тема 4.2. Основные понятия в области качества гостиничных услуг

Источник : http://www.myshared.ru/slide/935839

РАЗДЕЛ 5. Определение удовлетворенности потребителей гостиничных услуг

Тема 5.1. Методы оценки качества гостиничных услуг

Источник: https://studme.org/166932/turizm/sbytovaya_sistema_turistskogo_predpriyatiya

Тема 5.2. Основные направления улучшения качества услуг и качества обслуживания

Источник: https://odiplom.ru/lab/politika_sbyta.html

РАЗДЕЛ 6. Системы менеджмента качества гостиничных предприятий

Тема 6.1. Принципы и этапы создания СМК на основе концепции TQM

Источник: https://studme.org/166938/turizm/instrumenty_marketingovyh_kommunikatsiy

Тема 6.2. Методы контроля качества и этапы внедрения СМК

Источник: https://www.calltouch.ru/blog/iz-chego-sostoit-kommunikaczionnaya-strategiya/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно до-

биваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения пробле-

мы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-

правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Качество как социально-экономическая категория и объект управления.

3. Цели занятия.

- изучить основы управления качеством

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Качество в туризме и гостеприимстве	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Акачество как объект управления	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Общеизвестно, что большинство российских клиентов, на разных стадиях своего жизненного цикла сталкивались с проблемами «плохого» обслуживания. Грамотное и своевременное решение реальных проблем, а также прогнозирование и упреждение новых, несомненно, позволит «подняться» самим компаниям, так и их обслуживающих персоналам.

Политические и экономические перемены, произошедшие в России на рубеже веков, потребовали внесения изменений в управление процессом обслуживания клиентов. В связи с этим, потребуется внесение изменений в управление предприятием, преобразование его организационной структуры, и в том числе создание подразделений, ответственных за установление и поддержание отношений с клиентами, а также занимающихся структурированием реализуемых услуг.

Это, в свою очередь, потребует проведения серьезной коррекции существующих стратегий обслуживания клиентов и пересмотра содержимого их услуг, в том числе и с учетом активизации их внутренней и внешней экономической деятельности.

Таким образом, в настоящее время становится как никогда актуальной разработка конкретных практических рекомендаций для предприятий по переходу к более эффективной схеме обслуживания клиентов.

Понятие качества услуги и обслуживания

Степень удовлетворения потребителя услугой зависит от качества обслуживания, исполнения и результата услуги.

Качество услуги — это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Качество услуги во многом зависит от качества обслуживания потребителей.

Качество обслуживания — это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

Услуги предоставляются потребителю на основании договора подряда (для материальных услуг) и договора оказания услуг (для социально-культурных услуг) между потребителем и исполнителем услуги. Качество услуг можно оценить по соблюдению условий договора (номенклатура выполняемых работ, сроки, требования к качеству работ).

Все предлагаемые услуги должны соответствовать ***нормативным требованиям.*** Исполнитель услуг обязан соблюдать установленные в государственных стандартах, технологических регламентах, санитарных, противопожарных правилах и других нормативных документах обязательные требования к качеству услуг, их безопасности для жизни, здоровья людей, окружающей среды и имущества.

Качество услуг определяется их потребительскими свойствами и является более сложной категорией, чем качество товаров, поскольку потребитель воспринимает не только результат услуги, но и в ряде случаев является участником ее оказания. Кроме того, большинство товаров являются типовыми и рассчитаны на стандартные условия потребления, услуги же оказываются индивидуально с учетом персональной ситуации потребителя.

Свойство услуги (обслуживания) — это объективная особенность услуги (обслуживания), которая проявляется при ее оказании и потреблении (осуществлении обслуживания).

Качество услуг и обслуживания характеризуется показателями качества.

Показатель качества услуги (обслуживания) — это количественная характеристика одного или нескольких свойств услуги (обслуживания), составляющих ее (его) качество.

Показатели качества услуг используются:

• при формировании номенклатур показателей качества в стандартах и технических регламентах для конкретных групп (видов) однородных услуг, процессов оказания услуг, сервисных предприятий, персонала и системы управления качеством;

• при разработке правил и рекомендаций по оценке соответствия услуг (процесса оказания услуги, сервисного предприятия и персонала), стандартов, инструкций (методики) по измерению (контролю, оценке) параметров и их метрологическому обеспечению;

• при разработке правил маркировки, упаковки, транспортирования и хранения результатов услуги;

• при разработке правил эксплуатации, ремонта, предъявления рекламаций на результаты услуги и (в части рекламаций) на процесс оказания услуги.

Кроме того, показатели качества используются при составлении номенклатуры показателей качества в контрактах (договорах).

Основной функцией показателей качества является обеспечение контроля качества услуг, обслуживания, работы

персонала предприятия и т. д. На основе показателей качества производится контроль и оценка качества.

Качество исполнения услуги зависит от профессионального мастерства исполнителя услуги.

Качество результата услуги зависит от материалов и сырья, используемых в производственном процессе, совершенства технологии оказания услуги, мастерства специалистов, обслуживающих потребителей, и профессионализма мастеров-технологов. Качество результата материальных услуг по ремонту и изготовлению изделий, услуг химчистки и крашения изделий можно оценить расчетными методами на основе показателей качества отремонтированных, окрашенных или изготовленных изделий. Качество результата исполнения других видов услуг количественно оценить затруднительно. Оценка может носить субъективный и недостоверный характер. Возможно проведение оценки экономической эффективности результата услуг.

Номенклатура показателей качества услуг состоит из нескольких групп показателей: *показателей назначения, безопасности, надежности, профессионального уровня персонала, социального назначения, эстетические показатели и показатели информативности*.

Источники : https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00014396_0.html

https://poisk-ru.ru/s33148t8.html

Вопросы к обсуждению:

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
4. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?

1. **Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице**
2. **РАЗДЕЛ 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве**
3. **Тема 1.2. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления.**
4. **Цели занятия.**

- изучить методологические основы управления качеством,

5. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Качество услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2	Качество обслуживания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

6. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Термин «качество» в большинстве стран происходит от латинского термина *qualitas*, что в переводе на русский язык означает – качество, свойство, достоинство.

Качество относится к разряду таких понятий, о которых все неоднократно слышали и имеют свое представление. Вместе с тем это представление лишь подчеркивает слишком субъективную трактовку содержания термина, в который каждый вкладывает что-то свое, полученное на личном опыте.

Качество часто ассоциируется с роскошью, услугами класса «люкс». Это заключение весьма спорно, поскольку можно получить качественные услуги за умеренную цену и не получить их за большие деньги (качество услуги – это не только ее содержание, но и форма представления).

Таким образом, качество – это в первую очередь чувство удовлетворения клиента от обслуживания, а качественная услуга – это услуга, отвечающая потребностям гостя. Уровень качества, в свою очередь, зависит от степени совпадения представлений клиента о реальном и желаемом обслуживании в гостинице или ресторане.

По словам А. Фейгенбаума, «*качество – это не евангелизм, не предложение и не лозунг, это образ жизни*».

В философском определении Гегеля термин «качество» означает: «*Качество есть вообще тождественная с бытием непосредственная определенность…»; «Нечто есть благодаря своему качеству то, что оно есть и, теряя свое качество, оно перестает быть тем, что оно есть…*». Ниже рассмотрим другие подходы к толкованию качества.

Есть разные подходы к толкованию качества.

Во-первых, качество понимается как *свойства и характерные особенности товара (услуги)*, которые вызывают удовлетворение потребителя, и как *отсутствие недостатков*, усиливающее чувство удовлетворения у клиента.

Первый тип качества – *особенности и свойства продукта (услуги)* увеличивает издержки. Потребители должны быть согласны оплатить повышенные затраты на дополнительные особенности и свойства товара (услуги), либо эти особенности должны делать потребителей более лояльными и расположенными к его приобретению. Например, гостиничные номера на этажах с консьержем имеют больше свойств и особенностей, чем стандартные комнаты, и требуют более высокой цены.

Во-вторых качество может рассматриваться как техническое и функциональное качество.

Техническое качество – это то, с чем остался клиент после взаимодействия со служащими. Например, техническое качество – это номер в гостинице, блюдо в ресторане, приятное освещение, интерьер и т.д.

Функциональное качество – это процесс предоставления услуги. Например, клиент резервирует номер, получает приветствие от швейцара у двери, производит регистрацию на службе приема, сопровождается в номер и т.д. Опыт заезда в гостиницу – пример функционального качества.

Однако, необходимо иметь в виду, что функциональное качество может улучшить впечатление от комнаты, которая не вполне оправдывает ожидания клиента. Однако если функциональное качество плохое, то даже прекрасная комната в гостинице не сможет изменить возникшие у гостя чувства разочарования и досады.

Четвертый тип качества – *общественное качество (этическое).* Это качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой, и часто его невозможно оценить и после приобретения товара или услуги.

Источники : https://studfile.net/preview/9292173/
https://studopedia.ru/2_130234_triada-kachestva--planirovanie-kontrol-i-povishenie-kachestva-vse-meropriyatiya-dolzhni-planirovatsya-chtobi-sozdat-vozmozhnost-kontrolya-za-ih-vipolneniem.html
https://www.evkova.org/postindustrialnaya-ekonomika-ee-osobennosti-i-perspektivyi-razvitiya-osnovnyie-chertyi-i-ponyatiya#Основные%20черты%20постиндустриальной%20экономики

Вопросы к обсуждению:

7. Какие аспекты качества Вам известны?
8. Назовите ученых в области качества и дайте краткую характеристику основным их трудам.
9. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности

Почему в гостиничной деятельности качество определяет коммерческий успех предприятия?

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 2. Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания
   Тема 2.1. Роль стандартов в деятельности предприятий.
3. Цели занятия.

- изучить роль стандартов в деятельности гостиниц.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие стандарта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Роль стандартов в деятельности предприятий. Понятие стандартизации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В зависимости от сферы распространения и субъектов, их принимающих, стандарты по закону делятся на 4 категории: международные, региональные, национальные и стандарты организаций.

Стандартизация, метрология и оценка соответствия (сертификация) являются инструментами обеспечения безопасности и качества продукции, работ и услуг. Техническое законодательство, стандартизация и оценка соответствия определяют уровень безопасности и качества продукции и, следовательно, являются важнейшими инструментами конкурентоспособности продукции.

Сегодня стандартизация является частью современной предпринимательской стратегии. Ее влияние и задачи охватывают все сферы общественной жизни. Так, стандарты на процессы и документы (управленческие, товаросопроводительные, технические) содержат те «правила игры», которые должны знать и выполнять специалисты промышленности и торговли для заключения взаимовыгодных сделок, а приемы технического регулирования являются инструментами обеспечения не только безопасности, конкурентоспособности, но и эффективного партнерства изготовителя, заказчика и продавца на всех уровнях управления. Изначально стандарты тесно связаны с торговлей. Свободное перемещение товаров и услуг по всему миру без торговых барьеров – конечно же горячее желание каждого производителя и поставщика. Однако без некоего технического регулирования, учитывающего интересы всех участников рыночных отношений, неизбежны трудности совместимости продуктов, процессов, отсутствие гарантий ответственности.

Стандартизация – это научно-техническая деятельность, направленная на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области посредством установления требований для всеобщего и многократного применения в отношении реально существующих или потенциальных задач.

Стандартизация решает поставленные перед ней задачи путем разработки, внедрения стандартов и других нормативных документов по стандартизации и проведения государственного надзора за ними.

Стандартизация – нормативный способ управления. Ее воздействие на объект осуществляется путем установления норм и правил, оформленных в виде нормативных документов, имеющих юридическую силу.

1) Международный стандарт - стандарт, принятый международной организацией и доступный широкому кругу пользователей.

2) Региональный стандарт - стандарт, принятый региональной организацией по стандартизации и доступный широкому кругу пользователей.

3) Национальный стандарт (РФ) - стандарт, утвержденный национальным органом РФ по стандартизации. Эти стандарты применяются на добровольной основе независимо от страны происхождения продукции и других факторов.

4) Стандарт организации (СТО) - стандарт, утвержденный и применяемый организацией для целей стандартизации, совершенствования производства и обеспечения качества продукции, выполнения работ, оказания услуг, а также для распространения и использования полученных в различных областях знаний результатов исследований (испытаний), измерений и разработок. Эти стандарты разрабатываются и утверждаются коммерческими, научными, общественными, саморегулируемыми организациями, объединениями юридических лиц.

Источники: https://studfile.net/preview/9218167/page:10/
https://studfile.net/preview/8694459/

Вопросы к обсуждению:

1. Какую роль играет стандартизация в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?
3. Что такое техническое регулирование
4. Приведите примеры локальных стандартов

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 2. Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания
   Тема 2.2. Международные стандарты в индустрии гостеприимства
3. Цели занятия.

- изучить этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка,
- сформировать представление о требованиях к эффективной сегментации,
- ознакомиться с определением целевого рынка.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Существует несколько видов гостиничных объединений, главными и наиболее распространенными из которых - альянсы, консорциумы, цепи. рассмотрим их подробнее.

Важное значение в развитии индустрии гостеприимства имеют гостиничные цепи. Они позволяют продвигать на мировой туристский рынок высокие стандарты обслуживания, а также способствуют поддержке гостиничного обслуживания туристов. Гостиничные цепи способ-

ствуют распространению и значительному повышению уровня организации производства и обслуживания туристов, созданию определенного образа гостиничного обслуживания, встретив который в другой стране, турист чувствует себя почти как дома, в знакомой и комфортной обстановке.

Первая модель -- модель Ритца, связана с именем швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца.

Основная ставка в этих гостиницах делалась на европейские традиции изысканности и аристократизма. В настоящее время эта модель переживает кризис.

Вторая модель связана с именем американского предпринимателя Кеманси Уильсона (гостиничная цепь «Холлидей инн»). Модель отличается большей гибкостью в удовлетворении потребностей клиента в сочетании с поддержанием достаточно высоких стандартов обслуживания.

Третья модель -- «независимые» гостиничные цепочки - ассоциации (например, «Best Western»). В этом случае под единой торговой маркой объединяют гостиницы по каким-либо однородным признакам, выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимо от страны расположения

ФРиО

Федерация Рестораторов и Отельеров России создана ведущими рестораторами и отельерами России с целью развития индустрии питания и гостеприимства и объединения предприятий этой отрасли.

Объединяет более 1000 предприятий индустрии питания и гостеприимства России, расположенных во всех субъектах РФ: это рестораны высокой кухни и предприятия быстрого обслуживания, клубы и развлекательные центры, городские отели и загородные гостиничные комплексы.

Целями и задачами ФРиО являются: организация работы ФРиО в интересах процветания бизнеса своих членов; формирование идеологии развития индустрии питания и гостеприимства России; представление и защита интересов индустрии питания и гостеприимства во властных и государственных структурах; формирование и реализация политики в области образования, подготовки, повышения квалификации и сертификации профессиональных кадров; участие в создании цивилизованной отраслевой инфраструктуры.

ФРиО является соучредителем ежегодной Национальной премии «Гостеприимство» и соорганизатором Международного Кремлевского кулинарного кубка.
Стандартизация создает организационно-техническую основу изготовления высококачественной продукции, специализации и кооперирования производства, придает ему свойства самоорганизации.

Стандарт - это образец, эталон, модель принимаемые за исходные для сопоставления с ними других подобных объектов. Как нормативно-технический документ стандарт устанавливает комплекс норм, правил, требований к объекту стандартизации и утверждается компетентным органам.

Стандарт разрабатывается на материальные предметы (продукцию, эталоны, образцы веществ), нормы, правила и требования различного характера.

В России установлены следующие категории нормативно-технической документации, определяющей требования к объектам стандартизации:

· государственные стандарты (ГОСТ);

· отраслевые стандарты (ОСТ);

· республиканские стандарты (РСТ);

· стандарты предприятий (СТП);

· стандарты общественных объединений (СТО);

· технические условия (ТУ);

· международные стандарты (ИСО/МЭК)

· региональные стандарты;

· межгосударственные стандарты;

· национальные стандарты.

Источники: https://revolution.allbest.ru/manufacture/00837949_0.html
https://studfile.net/preview/4171289/page:39/
https://studbooks.net/520025/turizm/gostinichnye_obedineniya_vidy_usloviya_organizatsii

Вопросы к обсуждению:

1. Региональные стандарты: цели и задачи.
2. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации.
3. Локальные стандарты гостиничных предприятий.
4. Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации. ФРИО: история создания; функции и задачи

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 3. Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания
3. Тема 3.1. Сущность сертификации гостиничных услуг.
   Цели занятия.

- изучить сертификацию услуг

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сертификация услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2	Особенности сертификации в гостиничном бизнесе.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В сфере гостиничного бизнеса качество можно дифференцировать на три основных вида:

- 1. Техническое качество — это качество потенциала гостиницы и состоит из критериев, относящихся к производственному состоянию предприятия. В отношении гостиничных услуг это качество гостиничных номеров, блюд в ресторане, предлагаемых в аренду автомобилей, коммуникационной техники и т.д. Потребитель имеет возможность частично оценить техническое качество гостиничной услуги до ее приобретения.
- 2. Функциональное качество — это качество процесса предоставления гостиничных услуг, когда происходит непосредственное взаимодействие с персоналом гостиницы (например, бронирование гостиничного номера, сопровождение бел-боем в номер, доставка багажа, предоставление различных сопутствующих и дополнительных гостиничных услуг и т.д.). Важно отметить, что высокое функциональное качество может в значительной степени улучшить впечатление от гостиничного номера, который не вполне оправдал ожидания клиента. Однако если функциональное качество плохое, то даже прекрасный номер в гостинице не может исправить возникшее чувство неудовлетворенности.
- 3. Социальное качество — это качество культуры, которое формируется поведением и позицией сотрудников по отношению к гостям и не может быть оценено потребителем перед покупкой. Важнейшими критериями социального качества являются дружелюбие, отзывчивость и любезность персонала. Так, например, во многих зарубежных гостиницах, уделяющих большое внимание вопросам качественного обслуживания, за критерий качества принимают предъявленные жалобы. По свидетельству специалистов, в этих гостиницах в более чем 70% случаев клиенты жалуются на качество процесса и культуры.

Успешное руководство гостиницей и ее функционирование обеспечиваются путем ее систематического и прозрачного управления. Успех может быть достигнут в результате внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества, разработанной для постоянного улучшения деятельности с учетом потребностей всех заинтересованных сторон.

Система менеджмента качества (quality management system) — это система менеджмента для руководства и управления гостиницей применительно к качеству, которая невозможна без разработки политики в области качества, под которой понимаются общие намерения и направление деятельности гостиницы в области качества, официально сформулированные высшим руководством.

Системы менеджмента качества могут содействовать гостиницам в повышении удовлетворенности потребителей гостиничных услуг.

Потребителям необходимы гостиничные услуги, характеристики которых удовлетворяют их потребностям и ожиданиям. Эти потребности и ожидания, как правило, отражаются в специ-

фикации гостиничных услуг и обычно считаются требованиями потребителей. Требования могут быть установлены потребителем в контракте или определены самой гостиницей. В любом случае приемлемость гостиничной услуги, в конечном счете, устанавливает постоялец.

Вопросы для обсуждения:

1. Функции управления на гостиничном предприятии
2. Планирование как функция менеджмента
3. Менеджмент качества: планирование и контроль
4. Обеспечение качества гостиничных услуг

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице

РАЗДЕЛ 3. Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 3.2. Категории гостиниц.

2. Цели занятия.

- изучить категории гостиниц

3. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Категории гостиниц	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Категории номеров	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

4. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Чтобы обеспечить высокое качество обслуживания клиента в гостинице необходимо, чтобы все служебные подразделения работали слаженно и состояли из квалифицированных работников.

Сам процесс обслуживания клиента состоит из следующих этапов:

1. Бронирование.

Бронирование - предварительный заказ мест и номеров в гостинице. С этого процесса начинается обслуживание гостей. Бронированием номеров занимаются менеджеры отдела бронирования или службы приема и размещения. Именно в эти подразделения поступают заявки на бронирование от клиентов. Кроме формального сбора заявок отдел бронирования должен изучать спрос на гостиничные места. Изучая многолетний опыт работы гостиницы, учитывая план мероприятий, которые будут проходить в данном регионе (спортивные соревнования, карнавалы, съезды, фестивали и т.п.), прогнозируя спрос на места и анализируя загрузку номеров в прошедший и настоящий периоды, отдел бронирования совместно со службой маркетинга планирует деятельность гостиницы.

2. Прием гостей.

Следующий этап обслуживания: встреча гостей. Встреча гостя может быть двух видов: встреча на дальних подступах (трансфер) и встреча на ближних подступах (встреча швейцаром).

Служба приема и размещения - первая служба, с которой контактирует клиент гостиницы. От нее во многом зависит отношение гостя ко всей организации. Поэтому к службе приема и размещения обязательно предъявляются следующие требования.

Во-первых, служба приема и размещения должна быть расположена в непосредственной близости от входа в гостиницу. Стойка «ресепшн» должна быть удобна для клиентов и снабжена различными информационными материалами и указателями.

Во-вторых, стойка регистрации клиентов должны быть чистой и свободной от посторонних предметов. Она должна иметь четкое функциональное зонирование - информация для клиентов не должна смешиваться с информационными материалами персонала отеля. Оборудование и информация для персонала отеля должна быть укрыта от клиентов.

В-третьих, сотрудники службы приема и размещения должны быть опрятно одетыми, иметь безупречный внешний вид. Персонал приема и размещения должен вести себя подобающим образом и быть максимально открытым и доброжелательным. С гостями следует разговаривать только стоя.

3. Регистрация и заселение в номер.

Следующая часть операционного процесса - расселение - состоит в свою очередь из встречи, регистрации, вручения ключа и сопровождения до номера.

После встречи гостя швейцаром, гость подходит к стойке службы приема и размещения, где его приветствует администратор. Если клиент приезжает в гостиницу не в первый раз, то желательно обратиться к нему по имени. Это произведет положительное впечатление. Правилом для многих гостиниц является то, что администратор стоит за стойкой, а не сидит. Этим он подчеркивает свое уважение к гостю.

Далее администратор выписывает разрешение на поселение - документ, дающий право на занятие номера или места в номере. Затем администратор заполняет визитную карту (карту гостя), где указывается фамилия гостя, номер комнаты и сроки проживания - документ на право входа в гостиницу и получения ключа от номера.

По окончании оформления дежурный по этажу или посыльный провожают гостя до предоставленного ему номера, помогая поднести багаж.

4. Предоставление основных и дополнительных услуг.

К основным услугам относятся услуги: проживания, питания и уборки номера.

К дополнительным относятся следующие услуги: экскурсионное обслуживание, заказ услуг гидов-переводчиков, организация продажи билетов на все виды транспортов, организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты, заказ автотранспорта по заявке гостей, вызов такси, прокат автомобилей, заказ мест в ресторанах города, покупка и доставка цветов, продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции, ремонт обуви, ремонт и глажение одежды, стирка и химчистка одежды, пользование сауной, услуги парикмахерской, услуги буфетов, баров и ресторанов, аренда конференц-зала, залов переговоров, услуги бизнес-центра.

5. Расчет с клиентами.

Расчеты с проживающими могут производиться за наличный расчет, кредитными картами, по безналичному расчету (по перечислениям организаций, компаний, фирм, с которыми отель заключил определенный договор), ваучерами (разновидность безналичного расчета), дорожными чеками (крайне редко в российских гостиницах).

Расчетами с клиентами занимается кассир службы приема и размещения.

Вопросы для обсуждения:

1. Тип и характер действий при оценке качества гостиничного предприятия
2. Средства анализа и измерения
3. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
4. Качественные методы оценки гостиничных услуг

Источник: *https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-new-product-development/*

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 4. Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия
   Тема 4.1. Роль и место менеджмента качества в общей системе управления предприятием
3. Цели занятия.

- изучить роль и место менеджмента качества в системе управления предприятием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проблемы качества обслуживания в гостиничном бизнесе	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Влияние качества услуг на деятельность сервисных предприятий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В. Цайтамль Л. Берри и А. Парасураман предложили 10 основных показателей качества, которые используются потребителями для оценки качества предоставляемых им услуг: доверие, безопасность, доступность, коммуникабельность, осязаемые характеристики, надежность, скорость реакции, компетентность и вежливость.

Для измерения степени удовлетворения потребителя с учетом различных аспектов качества обслуживания В. Цайтамль Л. Берри и А. Парасураман разработали специальную методику, которую назвали SERVQUAL (от англ. service quality – «качество обслуживания»). Используемый ими подход основан на предположении, что потребитель оценивает качество услуг, сравнивая свои ожидания с фактическим восприятием. Данный инструмент использует часть приведенных выше показателей, из состава которых удалены взаимосвязанные показатели. В результате они остановились на следующих показателях: осязаемые характеристики, надежность, скорость реакции, уверенность, сопереживание, которые включают 21 фактор восприятия и ряд факторов ожидания потребителем качества обслуживания.

В работе приводятся следующие показатели качества услуг, которые незначительно отличаются от приведенных выше:

1) окружающая среда (обстановка, удобства, оборудование и персонала на сервисе);

2) надежность (совокупность исполнительности и доверия к результатам выполнения работы);

3) психологические свойства (возможность нахождения контакта);

4) вежливость;

5) отзывчивость;

6) коммуникабельность (способность такого общения, чтобы потребитель понял сотрудника);

7) доступность (легкость установления связи с поставщиком услуг);

8) гарантия (страховка).

Установление количественных значений показателя качества часто проводится экспертным методом.

Экспертная оценка качества услуги – характеристика качества, полученная с использованием экспертных методов оценивания. Экспертное оценивание осуществляют экспертные комиссии (совокупность специалистов для экспертного оценивания качества услуги), включающие в себя рабочие группы (организуют деятельность экспертной группы и обрабатываю суждения экспертов о качестве услуги).

Экспертное оценивание качества услуги осуществляется в четыре этапа:

1) формулировка целей оценки и формирование экспертной группы;

2) выбор методов, способов и процедур оценивания;

3) вынесение суждений членами экспертной группой;

4) обработка экспертных суждения и оформление экспертного заключения.

Одной из главных причин отставания в качестве услуг, предлагаемых российскими гостиницами, является отсутствие четко определенных и сформулированных стандартов в этой области.
Принципиальная особенность деятельности гостиниц, функционирующих в России на основе франшизы, заключается в том, что они управляются при жестком соблюдении корпоративного стандарта, применяемого в той или иной гостиничной сети. В них поддерживаются европейские (более высокие) стандарты качества обслуживания. Для владельцев гостиниц, идущих на

франшизу, не существует выбора – применять или не применять стандарт обслуживания. Они могут выбрать гостиничную корпорацию, которая согласится управлять их гостиничным объектом или передать технологию обслуживания на основе своего корпоративного стандарта. Стандарт обслуживания, равно как и описание технологических процессов предоставления обслуживания, является know-how каждого гостиничного оператора, обеспечивающего ему конкурентные преимущества на международном рынке гостиничных услуг.

Вопросы для обсуждения:

1. Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии
2. Особенности внедрения СМК в гостиничном предприятии
3. Суть Тотального управления качеством (TQM).
4. Модель всеобщего управления качеством.

Источник: ***https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-metody-cenoobrazovanie/***

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 4. Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия
   Тема 4.2. Основные понятия в области качества гостиничных услуг
3. Цели занятия.

- изучить основные понятия в области качества.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	качество услуг гостиничного предприятия как соответствие стандартам, требованиям рынка и потребностям потребителей услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	подходы к управлению качеством гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Управление процессами предоставления услуг в гостиничном предприятии имеют ряд важных особенностей. Во-первых, потребитель обычно присутствует в процессе предоставления услуги, т. е. имеет более тесный контакт или взаимодействие с производителем, чем в сфере материального производства. Во-вторых, в сфере услуг требуется более высокая степень индивидуализации труда в соответствии с требованиями потребителя. В-третьих, при предоставлении услуг затраты труда можно сравнить только с квалифицированным ручным трудом в материальном производстве.

Эти три особенности делают управление в сфере услуг более сложным с точки зрения обеспечения его эффективности. Действительно, чем выше степень взаимодействия с потребите-

лем, степень индивидуализации продукции, трудоемкость процесса, тем труднее обеспечить его высокую экономическую эффективность и качество.

Характеристики, присущие предприятиям сферы услуг, затрудняют обеспечение эффективности операций, вместе с тем существует ряд методов, которые позволяют реализовать эту задачу. Эти методы направлены на рост не только производительности, но и конкурентоспособности путем внесения в организацию обслуживания системы качества.

Некоторые предприятия гостиничного бизнеса добились успеха на рынке за счет усиления участия потребителя в производстве услуг. Организация самообслуживания, шведский стол в ресторане — вот примеры применения этого принципа в гостинице. Следует, однако, отметить тот факт, что, предлагая потребителю самому выполнить какую-то часть предоставляемой услуги, мы фактически изменяем и саму природу этой услуги.

Многие годы считалось, что основная область применения новой техники и технологии — это материальное производство. Сегодня в сфере предоставления услуг этот процесс также развивается стремительно и динамично, изыскиваются возможности замены ручного труда техникой там, где ***это функционально и выгодно.*** Примером этого может служить планомерное замещение труда работников техническими устройствами по продаже прохладительных напитков, кофе и чая, журналов, газет или телефонных карт, различного рода считывающими устройствами в системах безопасности и наличных расчетах. Прямой набор по междугородной телефонной связи, банкоматы для обработки кредитных карт являют собой примеры одновременного применения обоих вышеназванных принципов.

Вопросы для обсуждения:

1. Тип и характер действий при оценке качества гостиничного предприятия
2. Средства анализа и измерения
3. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия

4. Качественные методы оценки гостиничных услуг

Источник: https://rb.ru/opinion/pricing-strategy/

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 5. Определение удовлетворенности потребителей гостиничных услуг
   Тема 5.1. Методы оценки качества гостиничных услуг
3. Цели занятия.

- изучить методы оценки качества услуг

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Удовлетворенность потребителей	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с примене-

		нием обратной связи
2	Методы оценки качества.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Ориентация гостиничных корпораций на удовлетворение запросов клиентов привела к внедрению системы Всеобщего управления качеством (TQM), которая стала частью корпоративной культуры. В основе TQM лежат следующие принципы.

6. • Ориентация на потребителя. Организации зависят от своих потребителей и поэтому должны понимать их текущие и будущие потребности, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания.
7. • Лидерство руководителя. Руководители обеспечивают единство цели и направления деятельности организации. Им следует создавать и поддерживать внутреннюю среду, обеспечивающую полное вовлечение работников в решение задач организации.
8. • Вовлечение работников. Работники всех уровней составляют основу организации, и их полное вовлечение дает возможность организации с выгодой использовать их способности.
9. • Подход к системе качества как к процессу. Желаемый результат достигается эффективнее, когда деятельностью и соответствующими ресурсами управляют как процессом.
10. • Системный подход к управлению. Выявление, понимание и менеджмент взаимосвязанных процессов как системы содействуют результативности и эффективности организации при достижении ее целей.
11. • Постоянное улучшение. Постоянное улучшение деятельности организации в целом следует рассматривать как ее неизменную цель.
12. • Принятие решений, основанных на фактах. Эффективные решения основываются на анализе данных и информации.
13. • Взаимовыгодные отношения с поставщиками и посредниками по продажам. Организация, ее поставщики и посредники взаимозависимы. Эти отношения, построенные на взаимной основе, повышают способность сторон создавать ценности и блага.
14. При внедрении системы качества в области гостиничных услуг необходимо использовать рекомендации стандарта ИСО 9004—2. Будет также полезно, на наш взгляд, использовать и соображения, изложенные в данном учебном пособии.
15. Ранее уже отмечалось, что система качества представляет собой совокупность структур, выполняющих функции управления и обеспечения качества установленными методами.
16. Поэтому внедрение системы качества в основном заключается в том, чтобы сначала определить, какие процессы и структуры следует включить в систему качества и какие функции они должны выполнять, чтобы обеспечить требуемое качество продукции/услуг, а затем разработать все необходимые нормативные документы для выполнения этих функций.

Источники:
https://studme.org/405394/turizm/vnedrenie_sistemy_kachestva_rabotu_gostinichnogo_predpriyatiya

https://studme.org/405385/turizm/sistema_menedzhmenta_kachestva_gostinichnogo_predpriyatiya

https://j.etagi.com/stati/zashhita-prav-potrebiteley/

Вопросы к обсуждению:

1. Планирование обеспечения качества.
2. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
3. Качественные методы оценки гостиничных услуг
4. Невидимые функциональные службы и системы гостиничного предприятия

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 5. Определение удовлетворенности потребителей гостиничных услуг
   Тема 5.2. Основные направления улучшения качества услуг и качества обслуживания
3. Цели занятия.
   - изучить основные направления улучшения качества.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Направления улучшения качества.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Методы улучшения качества услуг в гостиницах	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Управление качеством услуг в гостиничной сфере — одна из составляющих механизма управления, способ организации деятельности гостиничного предприятия. На современном конкурентном рынке гостиничных услуг сервис и высокий уровень качества обслуживания постояльцев являются инструментом конкурентного преимущества.

В современном мире существует много трактовок понятия качества разных ученых, таких как Деминг, Джуран, Фейгенбаум, Исикава, Кросби, Тагути и многих иных. Обобщая их взгляды, а также мнения специалистов гостиничной индустрии можно сказать, что качество (quality) в гостиничном бизнесе — степень соответствия совокупности присущих характеристик гостиничных услуг требованиям постояльцев.

В сфере гостиничного бизнеса качество можно дифференцировать на три основных вида:

6. 1. Техническое качество — это качество потенциала гостиницы и состоит из критериев, относящихся к производственному состоянию предприятия. В отношении гостиничных услуг это качество гостиничных номеров, блюд в ресторане, предлагаемых в аренду автомобилей, коммуникационной техники и т.д. Потребитель имеет возможность частично оценить техническое качество гостиничной услуги до ее приобретения.
7. 2. Функциональное качество — это качество процесса предоставления гостиничных услуг, когда происходит непосредственное взаимодействие с персоналом гостиницы (например, бронирование гостиничного номера, сопровождение бел-боем в номер, доставка багажа, предоставление различных сопутствующих и дополнительных гостиничных услуг и т.д.). Важно отметить, что высокое функциональное качество может в значительной степени улучшить впечатление от гостиничного номера, который не вполне оправдал ожидания клиента. Однако если функциональное качество плохое, то даже прекрасный номер в гостинице не может исправить возникшее чувство неудовлетворенности.
8. 3. Социальное качество — это качество культуры, которое формируется поведением и позицией сотрудников по отношению к гостям и не может быть оценено потребителем перед покупкой. Важнейшими критериями социального качества являются дружелюбие, отзывчивость и любезность персонала. Так, например, во многих зарубежных гостиницах, уделяющих большое внимание вопросам качественного обслуживания, за критерий качества принимают предъявленные жалобы. По свидетельству специалистов, в этих гостиницах в более чем 70% случаев клиенты жалуются на качество процесса и культуры.

Успешное руководство гостиницей и ее функционирование обеспечиваются путем ее систематического и прозрачного управления. Успех может быть достигнут в результате внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества, разработанной для постоянного улучшения деятельности с учетом потребностей всех заинтересованных сторон.

Вопросы для обсуждения:

1. Функции управления на гостиничном предприятии
2. Планирование как функция менеджмента
3. Менеджмент качества: планирование и контроль
4. Обеспечение качества гостиничных услуг

Источники: https://studme.org/405375/turizm/model_upravleniya_kachestvom_obsluzhivaniya_gostinitse

https://studref.com/624761/turizm/menedzhment_kachestva_sfere_gostinichnyh_uslug

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 6. Системы менеджмента качества гостиничных предприятий
   Тема 6.1. Принципы и этапы создания СМК на основе концепции TQM
3. Цели занятия.

- изучить принципы и этапы создания СМК.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	СМК в гостинице	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Принципы СМК	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Первый этап, 1905 (Качество продукта как соответствие стандартам) соответствует начальным задачам системного подхода к управлению, когда появилась первая система — *система Тейлора (1905 г)*. Организационно она предполагала установление технических и производственных норм специалистами и инженерами, а рабочие лишь обязаны их выполнять. Эта система устанавливала требования к качеству изделий (деталей) в виде полей допусков и вводила определенные шаблоны, настроенные на верхнюю и нижнюю границы допусков — проходные и непроходные калибры. Для обеспечения успешного функционирования системы Тейлора были введены первые профессионалы в области качества — инспекторы (в России — технические контролеры). Система мотивации предусматривала штрафы за дефекты и брак, а также увольнение. Система обучения сводилась к профессиональному обучению и обучению работать с измерительным и контрольным оборудованием.

Взаимоотношения с поставщиками и потребителями строились на основе требований, установленных в технических условиях (ТУ), выполнение которых проверялось при приемочном контроле (входном и выходном).

Отмеченные выше особенности системы Тейлора делали ее системой управления качеством каждого отдельно взятого изделия (детали).

Второй, 1924 (Качество продукции как соответствие стандартам и стабильность процессов), *Э.Дэминг, Дж.Джуран.* Системы качества усложнились, т. к. в них были включены службы, использующие статистические методы. Появилась специальность — инженер по качеству, который должен анализировать качество и причины дефектов изделий, строить контрольные карты и т. п. В целом *акцент с инспекции и выявления дефектов был перенесен на их предупреждение* путем определения причин дефектов и их устранения на основе изучения процессов и управления ими.

Более сложной стала мотивация труда, т.к. теперь учитывалась точность настроенности процесса, анализ тех или иных контрольных карт, карт регулирования и контроля. К профессиональному обучению добавилось обучение статистическим методам анализа, регулирования и контроля. Стали более сложными и отношения поставщик — потребитель. В них большую роль начали играть стандартные таблицы и статистический приемочный контроль.

Третий, 1951 (Качество продукции, процессов, деятельности как соответствие рыночным требованиям). Выдвинута *концепция тотального (всеобщего) контроля качества – TQC (Total Quality Control, А.Фейгенбаум).* Прогнозированное устранение потенциальных несоответствий в продукции на стадии конструкторской разработки, проверка качества поставляемой продукции, комплектующих и материалов, а также управление производством, развитие службы сервисного обслуживания и надзор за соблюдением соответствия заданным требованиям к качеству. Фейгенбаум призвал обратить внимание на вопросы изучения причин несоответствий и первым указал на значение системы учета затрат на качество.

В Японии идеи TQC были встречены с восторгом и получили дальнейшее развитие в работах профессора К. Исикавы, который рассматривал качество как задачу менеджмента; требовал участия всех сотрудников в мероприятиях по его улучшению и ввел термин «отношения потребитель – поставщик». В отличие от американских концепций, он говорил об «управлении качеством в масштабе компании» («Company Wide Quality Control»). Филип Б. Кросби (Германия) является одним из известнейших приверженцев всеобщей концепции качества. В начале 60-х гг. XX в. он подробно изложил свою программу «ноль дефектов».

В этот период было рождено много отечественных систем. Среди них: Саратовская система бездефектного изготовления продукции (БИП); Ярославская научная организация работ по увеличению моторесурса (НОРМ), созданная в Ярославском объединении «Автодизель»; Рыбинская научная организация труда, производства и управления (НОТПУ), разработанная на Рыбинском моторостроительном заводе; Горьковская система «качество, надежность, ресурс с первых изделий» (КАНАРСПИ).

Четвертый, 1980 (Качество как удовлетворение потребностей и требований потребителей и персонала). Переход от тотального контроля качеством (TQC) к тотальному менеджменту качества (TQM). В это время появилась серия новых международных стандартов на системы качества -–стандарты ИСО 9000 (1987г.), оказавшие весьма существенное влияние на менеджмент и обеспечение качества. Если TQC — это управление качеством с целью выполнения установленных требований, то TQM — еще и управление целями и самими требованиями. В TQM включается также и обеспечение качества, которое трактуется как система мер, вызывающая у потребителя уверенность в качестве продукции.

Пятый, 1990 (Качество как удовлетворение потребностей и требований общества, потребителей, владельцев и персонала). усилилось влияние общества на предприятия, а предприятия стали все больше учитывать интересы общества. Это привело к появлению стандартов серии ИСО 14000, устанавливающих требования к системам менеджмента с точки зрения защиты окружающей среды и безопасности продукции. Существенно возросло влияние гуманистической составляющей качества, усиливается внимание руководителей предприятий к удовлетворению потребностей своего персонала.

Термин «качество» в большинстве стран происходит от латинского термина *qualitas*, что в переводе на русский язык означает – качество, свойство, достоинство.

Качество относится к разряду таких понятий, о которых все неоднократно слышали и имеют свое представление. Вместе с тем это представление лишь подчеркивает слишком субъективную трактовку содержания термина, в который каждый вкладывает что-то свое, полученное на личном опыте.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие аспекты качества Вам известны?
2. Назовите ученых в области качества и дайте краткую характеристику основным их трудам.

3. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности

4. Почему в гостиничной деятельности качество определяет коммерческий успех предприятия?

Источник: https://marketing.hse.ru/blog/marketingovye-kommunikacii-o-sisteme-instrumentah-i-ehffektivnosti/

1. Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в гостинице
2. РАЗДЕЛ 6. Системы менеджмента качества гостиничных предприятий
   Тема 6.2. Методы контроля качества и этапы внедрения СМК
3. Цели занятия.

- изучить методы контроля качества.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методы контроля качества	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Этапы внедрения СМК	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Определение способов продвижения своего продукта и их соотношения в promoution-mix.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Успешное руководство гостиницей и ее функционирование обеспечиваются путем ее систематического и прозрачного управления. Успех может быть достигнут в результате внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества, разработанной для постоянного улучшения деятельности с учетом потребностей всех заинтересованных сторон.

Система менеджмента качества (quality management system) — это система менеджмента для руководства и управления гостиницей применительно к качеству, которая невозможна без разработки политики в области качества, под которой понимаются общие намерения и

направление деятельности гостиницы в области качества, официально сформулированные высшим руководством.

Системы менеджмента качества могут содействовать гостиницам в повышении удовлетворенности потребителей гостиничных услуг.

Потребителям необходимы гостиничные услуги, характеристики которых удовлетворяют их потребностям и ожиданиям. Эти потребности и ожидания, как правило, отражаются в спецификации гостиничных услуг и обычно считаются требованиями потребителей. Требования могут быть установлены потребителем в контракте или определены самой гостиницей. В любом случае приемлемость гостиничной услуги, в конечном счете, устанавливает постоялец.

Вопросы для обсуждения:

1. Менеджмент качества: планирование и контроль
2. Обеспечение качества гостиничных услуг

Источник: https://www.calltouch.ru/blog/iz-chego-sostoit-kommunikaczionnaya-strategiya/

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства	
Тема 1.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Инструменты анализа внутренней среды и их использование в индустрии туризма и гостеприимства. Анализ внутренней среды: преимуществ и недостатков. SWOT– анализ. Формулирование целей предприятия. Информационное обеспечение маркетинга в туризме и гостеприимстве. Характеристика процесса маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства. Определение степени влияния факторов внутренней среды маркетинга в туризме и гостеприимстве.
Тема 1.2. *Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства*	Инструменты анализа внешней среды и их использование в индустрии туризма и гостеприимства. Анализ внешней среды. Ее благоприятные возможности и опасности. STEP-анализ. Информационное обеспечение маркетинга в туризме и гостеприимстве. Характеристика процесса маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства. Определение степени влияния факторов внешней среды маркетинга в туризме и гостеприимстве.
РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии туризма и гостеприимства	
Тема 2.1. Поведение потребителей в индустрии туризма и гостеприимства: мотивация и ожидания	Потребительское поведение. Модель потребительского поведения. Факторы, влияющие на потребительское поведение. Культурные, социальные, личностные и психологические характеристики потребителя. Поведение потребителя в разных национальных культурах.

Тема 2.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков	Целевой маркетинг и сегментация рынка. Этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка. Признаки и критерии сегментации рынка. Основные сегменты рынка услуг туризма. Требования к эффективной сегментации. Разработка способов измерения привлекательности сегментов. Определение целевого рынка.
РАЗДЕЛ 3. Продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства	
Тема 3.1. Управление структурой ассортимента	Цели и задачи управления товарным ассортиментом. Система управления товарным ассортиментом. Трудности и ошибки в управлении. Рабочие инструменты для управления. ABC и XYZ анализ. Матрица BCG.
Тема 3.2. Разработка нового продукта	Генерирование идеи продукта для избранного ранее целевого рынка. Оценка степени новизны продукта, определение его отличительных особенностей и преимуществ. Формулировка стратегии позиционирования, рекомендаций по комплексу маркетинга для поддержания соответствующей позиции. Выбор и разработка маршрута: посещаемые пункты, средства передвижения, последовательность, продолжительность. Формирование пакета услуг. Выбор формы обслуживания (тур- группы и/или индивидуалы), класса обслуживания. Предложение возможных дополнительных услуг. Описание долговременного подхода (по стадиям ЖЦТ).
РАЗДЕЛ 4. Ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства	
Тема 4.1. Методы ценообразования	Сущность и функции цены как экономической категории. Методы ценообразования, ориентированные на издержки (затратные методы ценообразования). Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов. Методы, основывающиеся на воспринимаемой ценности товара. Параметрические методы ценообразования. Комбинированные методы ценообразования.
Тема 4.2. Ценовая стратегия	Выбор модели формирования цены на продукт. Калькуляция себестоимости продукта, определение маржи. Определение цены на отдельные услуги, на комплексное обслуживание, цены одного туродня, цены тура. Разработка политики дифференциации цен (по форме обслуживания, сезонам, дестинациям, качеству, количеству услуг). Разработка системы скидок и надбавок. Исследование цен конкурентов.
РАЗДЕЛ 5. Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства	
Тема 5.1. Сбытовая система предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Виды, функции каналов сбыта. Вертикальные (договорные) маркетинговые системы сбыта.
Тема 5.2. Разработка сбытовой политики	Выбор типа сбытовой политики, каналов сбыта. Определение возможных посредников: туроператоров, турагентов (требования к их специализации, территориальному размещению). Моделирование

	взаимоотношений с партнерами. Проработка основных условий соглашения. Выбор способов поддержки и стимулирования деятельности партеров.
РАЗДЕЛ 6. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве	
Тема 6.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций	Понятие маркетинговых коммуникаций и особенности формирования коммуникационной политики в индустрии туризма и гостеприимства, в том числе реклама, связи с общественностью, пропаганда, фирменный стиль. Функции рекламной кампании. Задачи, виды и средства рекламы, применяемые в индустрии туризма и гостеприимства. Функции, задачи, инструменты и методы PR. Интернет-технологии продвижения. Компоненты фирменного стиля гостиничного предприятия. Основы проектирования сайта гостиничного предприятия. Реклама в индустрии гостеприимства — роль, значение и виды.
Тема 6.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии	Изучение и анализ образцов рекламной продукции турфирм и конкретных турпродуктов.Формулирование конкретных целей, выбор направлений коммуникации. Определение способов продвижения своего продукта и их соотношения в promoution-mix. Выбор носителей рекламы. Предложение рекламных аргументов для воздействия на целевые аудитории. Раз работка базового рекламного обращения, рекламного слогана.Решение о способах стимулирования потенциальных клиентов, розничных агентств. Разработка рекомендаций по связям с общественностью: основные средства и мероприятия.Обеспечение системы обратной связи и укрепления лояльности потребителей. Разработка графика выхода обращений. Координация различных элементов продвижения по времени. Рекламная кампания предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных

идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 1.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

1. Что такое внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие факторы внутренней маркетинговой среды могут влиять на успех предприятия в индустрии туризма и гостеприимства?
3. Каким образом управление внутренней маркетинговой средой может повлиять на качество услуг, предоставляемых предприятием в индустрии туризма и гостеприимства?

Тема 1.2. Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

1. Что такое внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие факторы внешней маркетинговой среды могут влиять на успех предприятия в индустрии туризма и гостеприимства?

3. Каким образом управление внешней маркетинговой средой может повлиять на качество услуг, предоставляемых предприятием в индустрии туризма и гостеприимства?

РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Поведение потребителей в индустрии туризма и гостеприимства: мотивация и ожидания

1. Что такое мотивация и ожидания потребителей в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие факторы могут влиять на мотивацию и ожидания потребителей в индустрии туризма и гостеприимства?
3. Каким образом управление мотивацией и ожиданиями потребителей может повлиять на качество услуг, предоставляемых предприятием в индустрии туризма и гостеприимства?

Тема 2.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков

1. Что такое сегментация рынка в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие факторы могут использоваться для сегментации рынка в индустрии туризма и гостеприимства?
3. Каким образом использование сегментационного подхода может помочь предприятию в индустрии туризма и гостеприимства?

РАЗДЕЛ 3. Продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 3.1. Управление структурой ассортимента

1. Какие бывают типы структур ассортимента в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Как выбрать оптимальную структуру ассортимента для своего предприятия в индустрии туризма и гостеприимства?
3. Как оценить эффективность управления структурой ассортимента на предприятии в индустрии туризма и гостеприимства?

Тема 3.2. Разработка нового продукта

1. Какие этапы включает разработка нового продукта в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие методы можно использовать для оценки потенциала нового продукта в индустрии туризма и гостеприимства?
3. Какие другие факторы (например, доступность, качество, стоимость и т.д.) необходимо учитывать при разработке продукта?

РАЗДЕЛ 4. Ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 4.1. Методы ценообразования

1. Какие методы ценообразования используются в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие факторы влияют на выбор определенного метода ценообразования?
3. Какие методы ценообразования наиболее эффективны для продуктов и услуг в индустрии туризма и гостеприимства?

Тема 4.2. Ценовая стратегия

1. Какие бывают типы ценовых стратегий в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Как выбрать оптимальную ценовую стратегию для продукта или услуги в индустрии туризма и гостеприимства?
3. Какие риски связаны с выбором неправильной ценовой стратегии в индустрии туризма и гостеприимства?

РАЗДЕЛ 5. Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 5.1. Сбытовая система предприятий индустрии туризма и гостеприимства

1. Какие каналы сбыта используются в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие преимущества и недостатки у каждого канала сбыта?

3. Как выбрать оптимальную сбытовую систему для продукта или услуги в индустрии туризма и гостеприимства?

Тема 5.2. Разработка сбытовой политики

1. Какие этапы включает разработка сбытовой политики в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие факторы необходимо учитывать при разработке сбытовой политики?
3. Как оценить эффективность сбытовой политики в индустрии туризма и гостеприимства?

РАЗДЕЛ 6. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 6.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций

1. Какие инструменты маркетинговых коммуникаций используются в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие преимущества и недостатки у каждого инструмента маркетинговых коммуникаций?
3. Как выбрать оптимальные инструменты маркетинговых коммуникаций для продукта или услуги в индустрии туризма и гостеприимства?

Тема 6.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии

1. Какие этапы включает разработка маркетинговой коммуникационной стратегии в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие факторы необходимо учитывать при разработке маркетинговой коммуникационной стратегии?
3. Как оценить эффективность маркетинговой коммуникационной стратегии в индустрии туризма и гостеприимства?

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

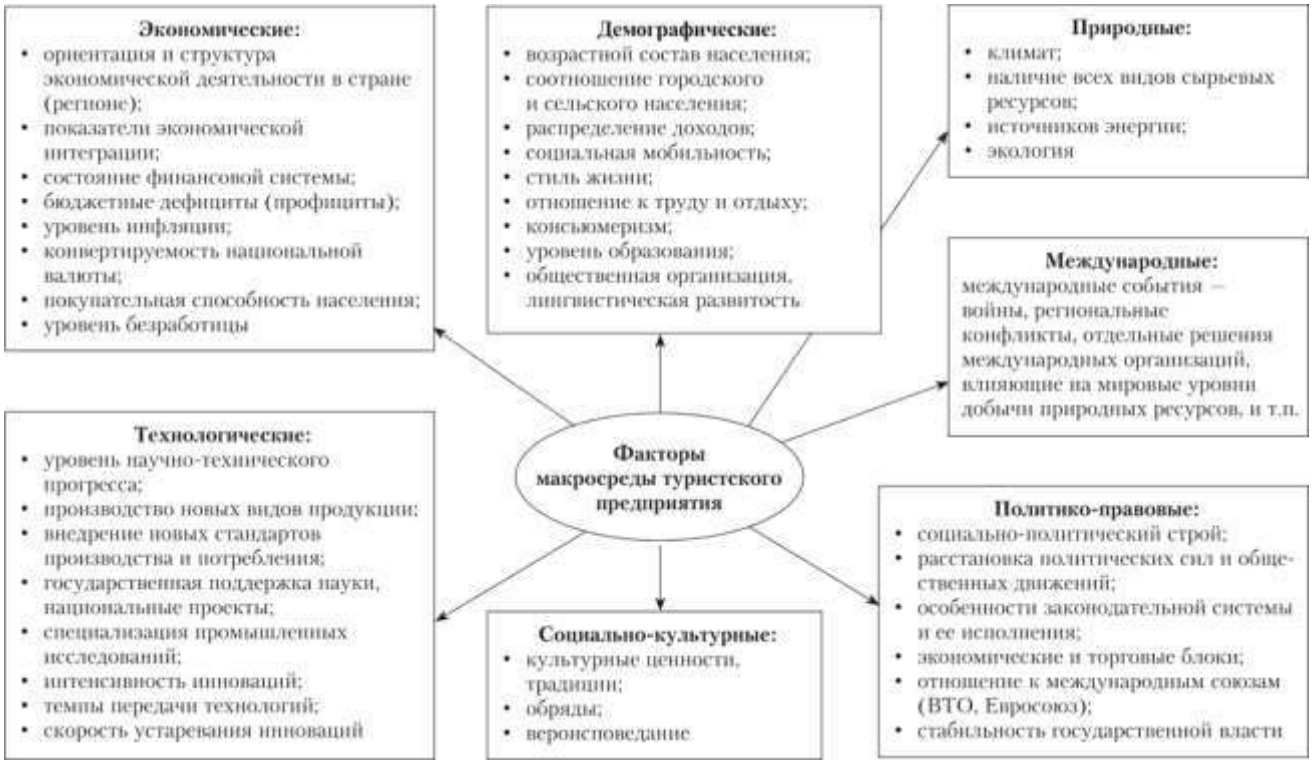
РАЗДЕЛ 1. Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 1.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

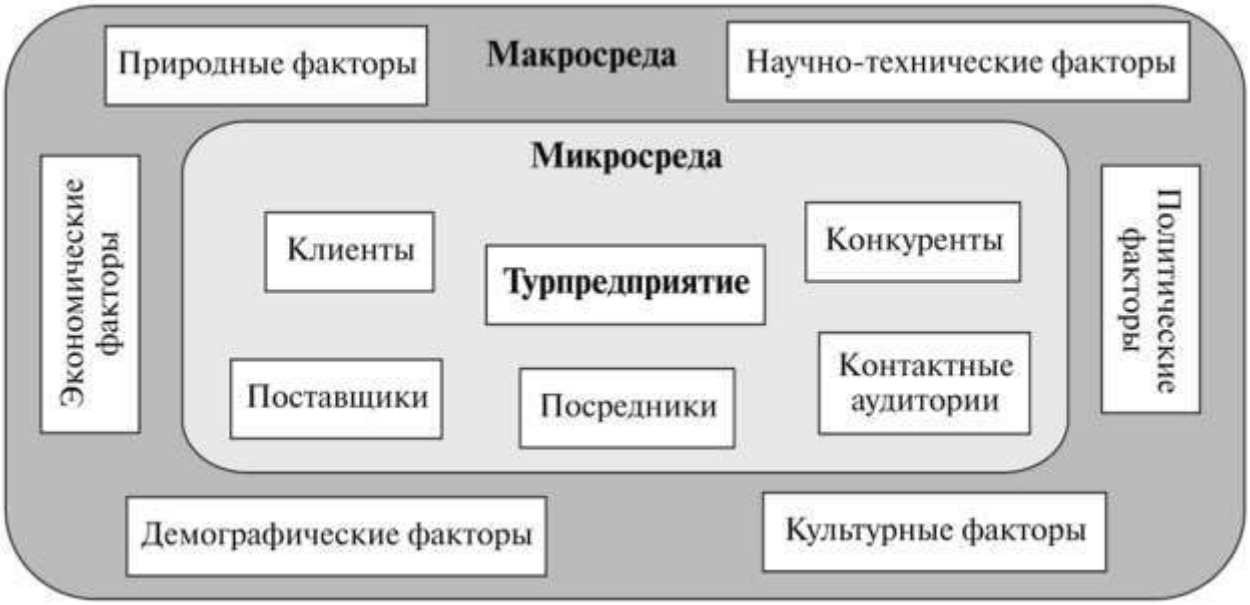
Источник: https://xreferat.com/image/103/1307331701_2.jpg

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/images/skobkin3.jpg

Тема 1.2. Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства



Источник: https://studme.org/166866/turizm/vneshnyaya_sreda_turistskogo_predpriyatiya_osnovnye_faktory_opredelyayuschie



Источник: https://studref.com/648426/turizm/marketingovaya_sreda_turistskogo_predpriyatiya

РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Поведение потребителей в индустрии туризма и гостеприимства: мотивация и ожидания

Источник:

https://bstudy.net/693029/turizm/povedenie_potrebiteley_industrii_turizma_motivatsiya_ozhidaniya

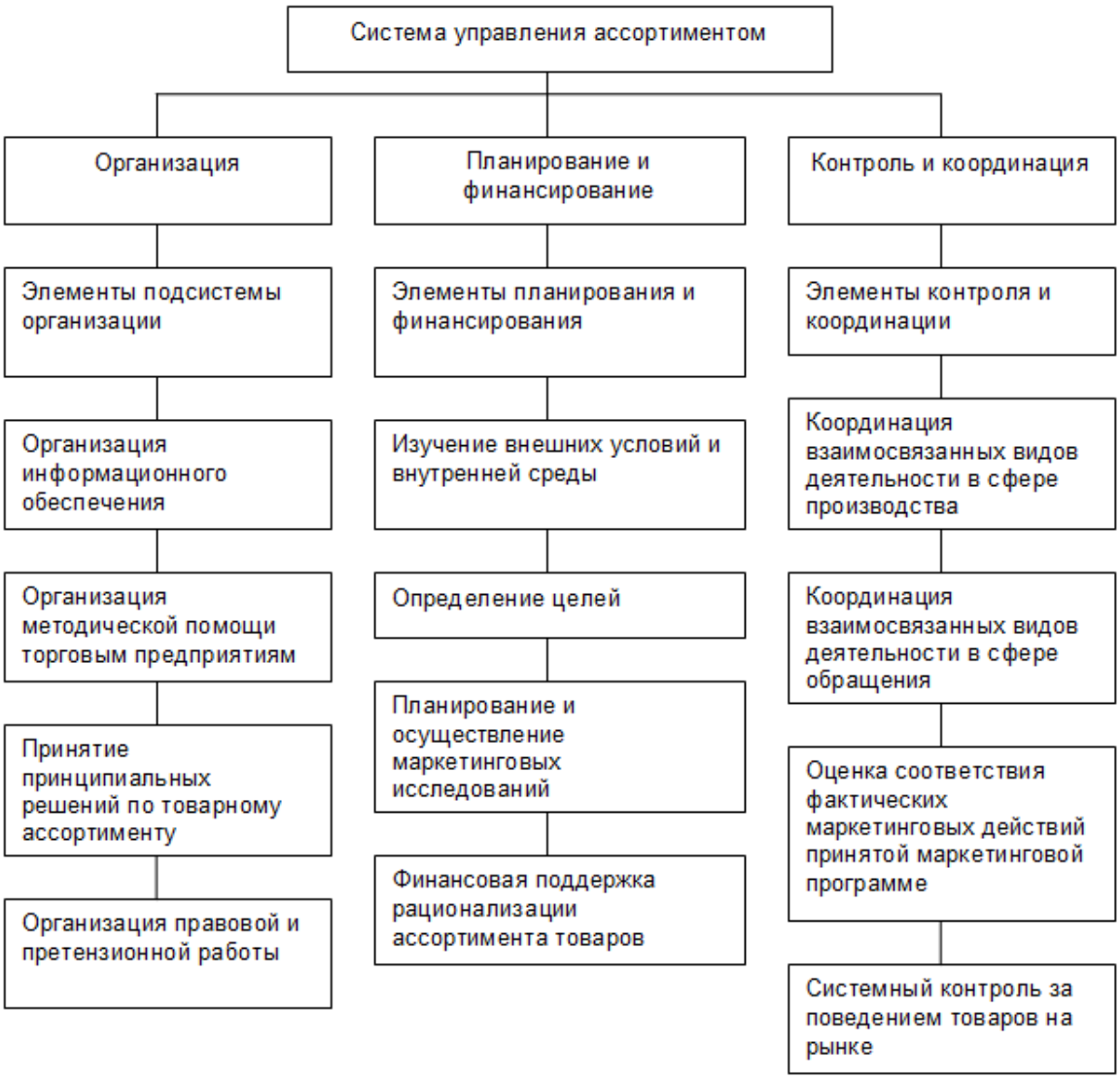
Тема 2.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков

Источник:

https://studme.org/170658/marketing/segmentatsionnyy_podhod_vyboru_tselevyh_rynkov

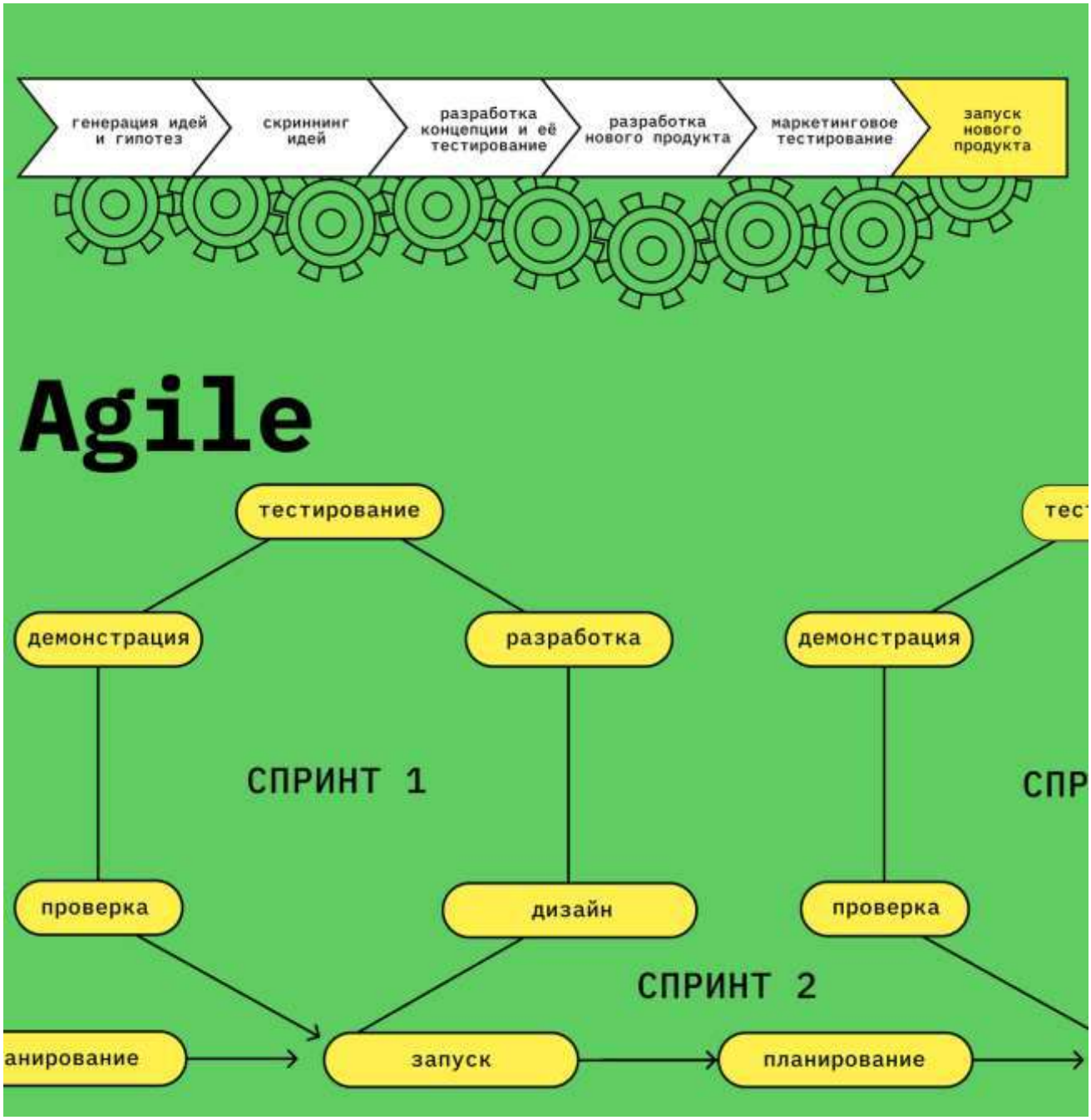
РАЗДЕЛ 3. Продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 3.1. Управление структурой ассортимента



Источник: https://www.ekam.ru/blogs/pos/upravlenie-tovarnym-assortimentom

Тема 3.2. Разработка нового продукта



Источник: https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-new-product-development/

РАЗДЕЛ 4. Ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 4.1. Методы ценообразования

Методы ценообразования

Затратные методы	Рыночные методы	Параметрические методы
Метод полных издержек	Методы на основе воспринимаемой ценности: • расчет максимальной приемлемой цены; • расчет экономической ценности товара	Агрегатный метод
Метод прямых затрат		Метод удельной цены
Метод предельных издержек	Метод ориентированные на спрос: • на основании опроса; • метод аукциона; • метод пробных продаж.	Метод балльных оценок
Метод учета рентабельности инвестиций		Метод регрессионного анализа
Метод на основе анализа безубыточности	Метод ориентированные на конкурентов: • метод мониторинга конкурентных цен;. • метод конкурса.	

Методы ценообразования: главное

- Это способы рассчитать стоимость товара или услуги.
- Чтобы установить цену нужно определить цель, изучить спрос, рассчитать издержки на производство и реализацию, проанализировать конкурентов и выбрать метод ценообразования.
- Методы ценообразования бывают затратные, рыночные и параметрические (производственные).

Источник: https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-metody-cenoobrazovanie/

Тема 4.2. Ценовая стратегия

Совершенно неэластичный товар обладает коэффициентом, равным 0, относительно эластичный — <1 или >1, эластичный — 1, идеально эластичный — ∞.

Источник: https://rb.ru/opinion/pricing-strategy/

РАЗДЕЛ 5. Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 5.1. Сбытовая система предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Экономический критерий	• Сравнение издержек и прибыли, которые будут иметь место при использовании различных каналов сбыта. Использование посредников оправдано в том случае, если они способны осуществлять деятельность по продвижению и реализации турпродукта (туруслуги) более эффективно и с меньшими затратами, чем туристское предприятие
Критерий управляемости	• Предусматривает необходимость сохранения контроля со стороны туристского предприятия над продвижением и реализацией турпродукта (туруслуг). У посредников чаще всего имеются свои коммерческие интересы. Несоответствие интересов туристского предприятия и посредников может привести к конфликтам в каналах сбыта
Критерий адаптивности	• Предполагает анализ будущих изменений рынка и обусловливает необходимость постоянных уточнений, касающихся количества посредников и организации взаимоотношений с ними

Источник: https://studme.org/166932/turizm/sbytovaya_sistema_turistskogo_predpriyatiya

Тема 5.2. Разработка сбытовой политики

Источник: https://odiplom.ru/lab/politika_sbyta.html

РАЗДЕЛ 6. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 6.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций

Достоинства	Недостатки
Быстрота изготовления. Невысокая стоимость. Эмоциональность (возможность использовать воображение и музыку)	Ограничение выразительных средств (только звук). Мимолетность контакта. Невозможность передачи большого объема информации. Ограниченность приемов привлечения внимания (музыка, шутки, голоса)

Источник: https://studme.org/166938/turizm/instrumenty_marketingovyh_kommunikatsiy

Тема 8.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии

Источник: https://www.calltouch.ru/blog/iz-chego-sostoit-kommunikaczionnaya-strategiya/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно

разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается

пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 1. Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 1.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- создать понимание ометодах прикладных исследований в сфере индустрии туризма и гостеприимства,
- изучить осуществление продвижения и продаж услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет,
- заложить основы понимания определения перспективных направлений исследований рынка индустрии туризма и гостеприимства

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инструменты анализа внешней среды и их использование в индустрии туризма и гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Анализ внешней среды.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Ее благоприятные возможности и опасности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	STEP-анализ.	Информационная

		лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Туристское предприятие представляет собой сложную самоорганизующуюся саморегулируемую систему, взаимодействующую во внешней среде, как по вертикали, так и по горизонтали. Предприятия в сфере туризма функционируют в определенной среде (т.е. совокупности субъектов, действующих за пределами фирмы и влияющих на ее жизнедеятельность).

Маркетинговая среда — среда, в рамках которой осуществляется деятельность предприятия, представляет собой совокупность «не поддающихся контролю» сил, с учетом которых фирмы и должны разрабатывать свои маркетинговые мероприятия.

Маркетинговая среда турфирмы — совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами фирмы и влияющих на возможности руководства фирмы устанавливать и поддерживать с целевыми потребителями туристских услуг отношения, способствующие успешному сотрудничеству.

Будучи изменчивой, налагающей ограничения, маркетинговая среда глубоко затрагивает жизнь турфирмы и способна преподнести неприятные сюрпризы.

Маркетинговая среда складывается из микросреды и макросреды (рис. 32).

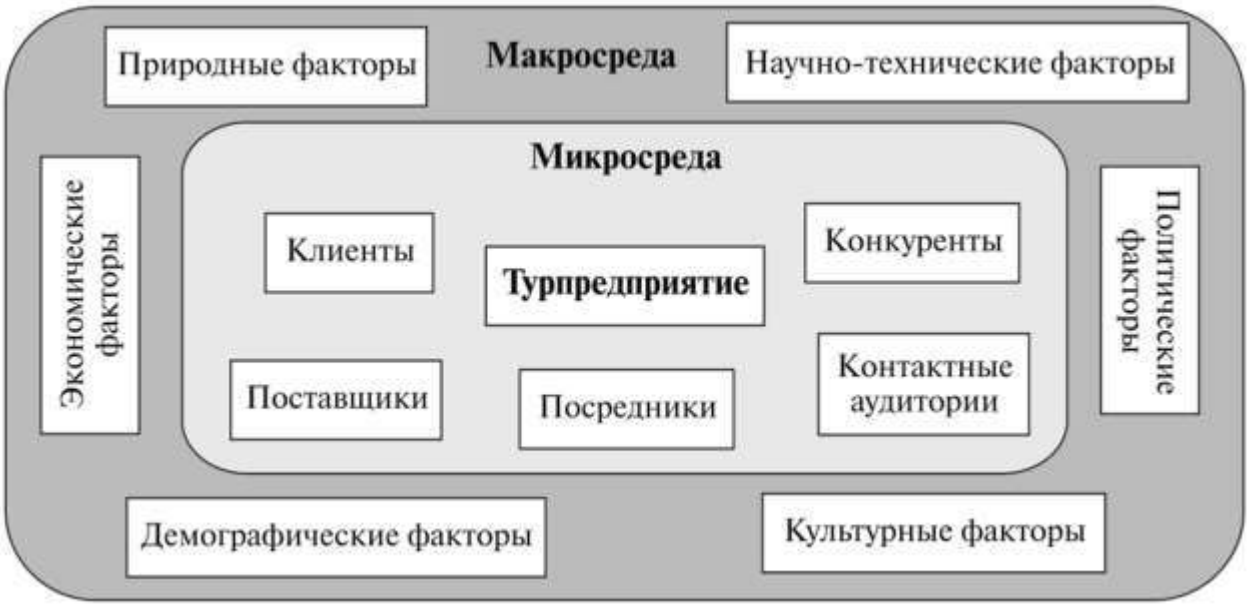


Рис. 32. Окружающая среда маркетинга туристского предприятия1

Микросреда представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самой турфирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры, т.е. поставщиками, маркетинговыми посредниками, клиентами, конкурентами и контактными аудиториями. Это те элементы из

окружения фирмы, на которые она может оказывать непосредственное влияние в процессе своей работы на рынке.

В микросреду турфирмы входят:

- 1. Маркетинговые посредники — это фирмы, помогающие туристскому предприятию в продвижении, сбыте и распространении ее туристского продукта среди клиентов:
- 1) посредники;
- 2) консалтинговые фирмы по организации сбыта;
- 3) агентства по оказанию маркетинговых услуг:
    - • маркетинговый консалтинг;
    - • маркетинговые исследования;
    - • рекламные агентства;
- 4) кредитно-финансовые учреждения:
    - • банки;
    - • кредитные компании;
    - • страховые компании;
- 5) аудиторские фирмы.
- 2. Потребители.
- 3. Конкуренты турфирмы бывают различных видов:
    - • товарно-родовые — конкуренция между различными видами туруслуг, которые могут выполнять сходные функции;

См.: Овечкина О.М. Основы маркетинга: Учеб, пособие. — М.: Изд-во

деловой и учебной литературы, 2004. С. 30.

- • товарно-видовые — конкуренция между видами и марками туруслуг.
- 4. Контактные аудитории — это группы лиц (физических и юридических), не принимающие непосредственного участия в процессе производства, но способные оказывать влияние на целевые аудитории:
- 1) финансовые круги (банки, инвестиционные компании, брокерские фирмы, акционеры);
- 2) средства массовой информации;
- 3) государственные учреждения;
- 4) гражданские группы действий;
- 5) широкая публика (имидж фирмы);
- 6) местные контактные аудитории (окрестные жители, общественные организации);
- 7) внутренние контактные аудитории (собственные работники, служащие).

Макросреда представлена силами более широкого социального плана, которые оказывают влияние на микросреду, такими как факторы демографического, экономического, природного, технического, политического и культурного характера. Это факторы маркетинговой среды, которые мало подвержены влиянию фирмы и носят во многом форс-мажорный характер.

Выделяют следующие основные факторы макромаркетинговой среды туристского предприятия:

- 1) демографические:
    - • рождаемость;
    - • старение;
    - • положение семьи;

- o • миграция;
- o • пол;
- o • возраст;
- o • образование;

- 2) экономические:
  - o • доходы;
  - o • цены;
  - o • инфляция;
  - o • сбережения;
  - o • доступность кредита, процентные ставки;
  - o • спад, подъем экономики;
- 3) природные:
  - o • доступность сырья, дефицит;
  - o • климатические;
  - o • загрязнение среды;
  - o • энергия;

- • вмешательство государства в рациональное использование ресурсов;
- • геодезические (ландшафт, рельеф);
- 4) научно-технические:
  - o • обновляемость продукции;
  - o • обновляемость технологий, их уровень;
  - o • развитие науки и техники в целом;
  - o • информационные возможности;
  - o • защита интеллектуальной собственности;
- 5) политико-правовые:
  - o • политическая стабильность;
  - o • законодательные основы бизнеса;
  - o • регулирование экономики государством;
  - o • защита интересов общественности со стороны групп (общество защиты потребителей — консьюмеризм);
- 6) культурные:
  - o • приверженность традициям;
  - o • изменение в культурных ценностях;
  - o • субкультуры;
  - o • мода;
  - o • бытовая культура;
  - o • религиозность;
  - o • общественно-социальная культура;
  - o • идеология;
- 7) социальные:
  - o • социальная структура общества;
  - o • уровень жизни (в широком смысле);
  - o • уровень развития социальной инфраструктуры.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства?

2. Какие факторы внешней маркетинговой среды могут влиять на успех предприятия в индустрии туризма и гостеприимства?

3. Каким образом управление внешней маркетинговой средой может повлиять на качество услуг, предоставляемых предприятием в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник: https://studref.com/648426/turizm/marketingovaya_sreda_turistskogo_predpriyatiya

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 2.1. Поведение потребителей в индустрии туризма и гостеприимства: мотивация и ожидания
3. Цели занятия.

- изучить этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка,
- сформировать представление о требованиях к эффективной сегментации,
- ознакомиться с определением целевого рынка.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Потребительское поведение.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Модель потребительского поведения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Факторы, влияющие на потребительское поведение.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Услуги сферы туризма приобретаются как индивидуальными, так и организованными покупателями. Рассмотрим данные категории и процесс осуществления ими покупки туристской услуги.

Важная роль в сфере туризма отводится конечным потребителям, т.е. индивидуумам и членам их семей, которые приобретают туристские услуги для удовлетворения своих собственных нужд.

Но здесь следует иметь в виду, что они не представляют собой однородную группу людей, объединенную желанием путешествовать и ведомую лишь одной мотивацией. Есть набор разных, иногда противоположных желаний, потребностей, вкусов.

Кроме того, все они отличаются друг от друга возрастом, уровнем образования и т.п.

Цель специалиста по маркетингу — понять своих потребителей. Только при полном их понимании можно помочь им в удовлетворении их нужд.

В этой связи, важно определить поведение потребителя, на которое влияет широкий диапазон факторов, и которое не только никогда не бывает простым, но часто бывает даже противоречивым, поскольку на него еще оказывают влияние множество различных факторов.

Главный вопрос — это каким образом потребители реагируют на различные маркетинговые стимулы, которые компания может использовать для привлечения их внимания.

Модель покупательского поведения может быть представлена следующим образом (см. рис. 22).

Нас будет интересовать «черный ящик» покупателя, именно внутри него определенные стимулы вызывают определенные реакции. Конечно, маркетинг не может контролировать большинство из них, но, тем не менее, он должен принимать их во внимание.

Итак, согласно данной схемы, важное место отводится факторам, которые определяют поведение потребителя. Что и как покупает человек, определяется его культурными, социальными,

личностными и психологическими характеристиками.

Рис. 22. Модель поведения потребителя

Факторы, влияющие на поведение конечного потребителя, представлены на рис. 23.

Рис. 23. Факторы, оказывающие влияние на процесс принятия потребителем решения о покупке

При этом специалисты выделяют 4 основные типа семьи:

- 1) с автономией, где каждый член семьи принимает равное количество самостоятельных решений;
- 2) с мужем во главе, где большую часть решений принимает муж;
- 3) с женой во главе, где доминирует и определяет возможные действия жена;
- 4) коллегиальные, где большинство решений принимается совместно.

Исследования французских ученых показали, что около 70% супружеских пар вместе принимают решение о способе проведения отпусков, в 11% семей решение принимают женщины ив 18% — мужчины.

А, например, на осуществление покупки в «Макдоналдсе» значительное влияние оказывают дети, и неслучайно реклама корпорации направлена именно на них.

Поведение человека как потребителя определяет также его роль и статус в обществе.

В каждой роли содержится указание на статус индивидуума, отражающий большее или меньшее уважение к нему со стороны других членов группы. Часто роли выбирают именно из-за статуса, сопряженного с ними. Характер покупок человека также часто показывает его статус в обществе. Например, один банкир заказывал билет первого класса и очень расстроился, ко-

гда ему предложили лететь туристским классом. Причиной его расстройства было не то, что там хуже обслуживание, а то, что его знакомые могли бы подумать о нем, увидев его в салоне туристского класса.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое мотивация и ожидания потребителей в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Какие факторы могут влиять на мотивацию и ожидания потребителей в индустрии туризма и гостеприимства?

3. Каким образом управление мотивацией и ожиданиями потребителей может повлиять на качество услуг, предоставляемых предприятием в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник:
https://bstudy.net/693029/turizm/povedenie_potrebiteley_industrii_turizma_motivatsiya_ozhidaniya

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 2.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков
3. Цели занятия.

- изучить этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка,
- сформировать представление о требованиях к эффективной сегментации,
- ознакомиться с определением целевого рынка.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Целевой маркетинг и сегментация рынка.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка.	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Признаки и критерии сегментации рынка.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Сколь не прекрасно было бы иметь все население мира в качестве покупателей своих услуг, но никакое предприятие не может продавать свои товары и услуги всем и каждому.

Важно наиболее четко определить свой целевой рынок. При этом всегда нужно помнить: «Я никак не могу обслужить всех. Это невозможно». Нужно определить, какой сегмент рынка будет касаться именно вас. С этой целью и проводится исследование рынка. В маркетинге всегда рассматривается конкретная пара: избранный туристский продукт и целевой рынок.

Для того чтобы выявить, какой продукт и какой рынок будут наиболее подходящими друг другу, необходимо провести соответствующие исследования целевого рынка и избранного туристского продукта. Цель маркетинговых исследований — выявление и анализ всех условий, влияющих на успех реализации туристского продукта на целевом рынке.

Вспомним, что целевой рынок — это та часть рынка, в отношении которого проводится деятельность по маркетингу избранного туристского продукта.

Рыночный сегмент — это часть целевого рынка со сходными требованиями потребителей к избранному туристскому продукту.

Необходимо провести тщательный (глубинный) анализ избранных сегментов рынка, их ранжирование. Эти исследования рынка могут выявить необходимость модификации туристской услуги для ее соответствия требованиям данного рынка и круг мероприятий, которые придется провести для создания на этом рынке благоприятных условий для данного туристского продукта. Результаты исследования также следует использовать при разработке и выполнении программы взаимного приспособления туристского продукта и целевого рынка.

В процессе маркетинга можно выделить два блока действий:

- 1) блок исследований (аналитическая функция маркетинга) — исследование целевого рынка; исследование туристской услуги.
- 2) блок развития — развитие туристской услуги с учетом требований целевого рынка; развитие рынка в направлении, благоприятном для данного туристского продукта.

Таким образом, каждый продукт и каждый целевой рынок требует взаимного приспособления.

Предприятия, торгующие сегодня туристскими услугами, понимают, что они не могут обращаться ко всем покупателям на всех рынках одновременно или ко всем покупателям одинаково. Покупателей слишком много, они слишком различаются в своих потребностях и покупательских привычках, поэтому сегодня многие предприятия индустрии туризма отказались от массового маркетинга, отдав предпочтение целевому маркетингу.

Целевой маркетинг — это когда продавец определяет сегменты рынка, выбирает один или несколько из них и разрабатывает определенный туристский продукт и комплексы маркетингового воздействия на рынок (маркетинг-микс), соответствующие каждому выбранному сегменту. В этом случае предприятия сферы туризма могут приспособить свои товары, цены на них, каналы распределения и рекламу так, чтобы эффективно соответствовать каждому целевому рынку.

Таким образом, вместо распыления их маркетинговых усилий они могут сосредоточиться на покупателях, наиболее заинтересованных именно в этом виде продукта. Для этого важно осуществить три взаимосвязанных этапа целевого маркетинга:

- 1) сегментация рынка;
- 2) выделение целевого рынка;
- 3) позиционирование товара на целевом сегменте рынка.

Первый шаг в стратегическом планировании заключается в том, чтобы выявить определенную группу потребителей, запросы которых фирма собирается удовлетворить, т.е. сегментировать рынок и выбрать целевые сегменты, на которых фирма собирается концентрировать свои усилия. Согласно известному закону Парето только 20% потребителей покупают 80% данного вида продукции. Отсюда следует, что производителю и торговцу нужно найти ту самую группу потребителей (сегмент), которая входит в эти 20%. Сегментация рынка является одним из самых важных и ответственных участков деятельности маркетологов.

Следующее изречение — наглядное тому подтверждение: «Если фирма не сумеет разбить рынок на сегменты, рынок разобьет на сегменты фирму». Однако единого способа сегментации рынка услуг в индустрии туризма нет. Возможно использование различных критериев сегментации как в отдельности, так и вместе.

Рассмотрим главные факторы, используемые при делении рынка туристских услуг на сегменты. Типичные критерии и соответствующая им разбивка по сегментам таковы.

Географические критерии. Часто сегментирование туристского рынка начинается с географической сегментации (рис. 8.4). Но это является только первым шагом поиска свободных и привлекательных ниш. Рынки, выделенные по географическим признакам сегментирования, внимательно изучаются и дробятся на более мелкие сегменты по дополнительным критериям: поведенческим, социально-демографическим или психографическим.

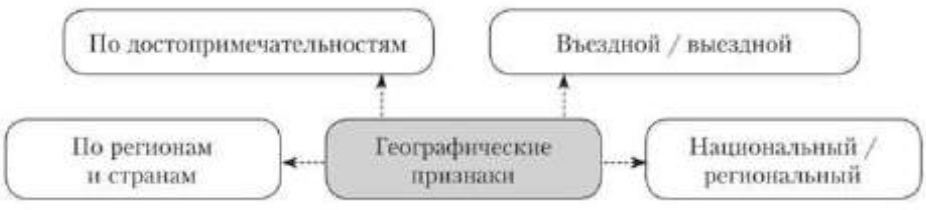


Рис. 8.4. Сегментирование рынка туризма и путешествий по географическим критериям

Для того чтобы начать сегментирование туристского рынка по географическим критериям, нужно разделить весь рынок по виду и региону туризма. Вид туризма может быть выездной или въездной, национальный, региональный или городской. По региону сегменты можно разделить по основным направлениям поездок: Западная Европа, Восточная Европа, США, Япония, Ближний Восток, Дальний Восток и т.д.

Демографические признаки. Социально-демографические критерии сегментирования туристского рынка помогают правильно определить требования отдыхающих к поездке и создать хороший продукт (рис. 8.5). Лучше всего в достижении данной задачи помогают три группы критериев сегментации: уровень дохода, семейное положение и возраст, профессиональный статус.

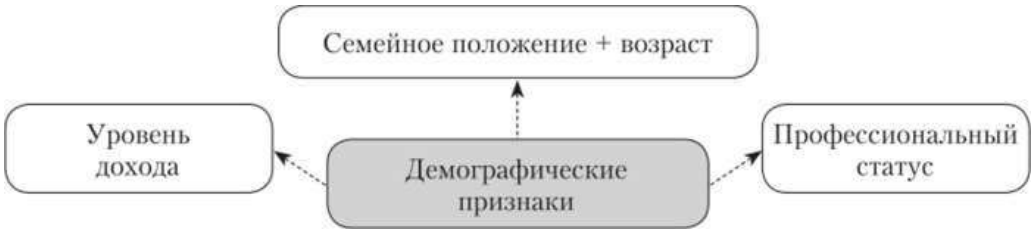


Рис. 8.5. Сегментирование рынка туризма и путешествий по демографическим критериям

В зависимости от уровня дохода (низкий, средний или высокий) покупатель может искать выгодные дешевые туры, приемлемое соотношение цены и качества или требовать высокого сервиса. По семейному положению потребителей можно разделить на молодых путешественников-одиночек;

молодые семейные пары без детей, молодые семейные пары с детьми, аудиторию в возрасте 45—64 лет и группу пенсионного возраста старше 65 лет. Если говорить о профессиональном статусе, то перечень групп, в зависимости от занимаемой должности, может выглядеть так: не работающие, офисные работники, государственные служащие, руководители среднего звена или собственники бизнеса.

Поведенческие признаки. Поведенческие критерии сегментации описывают основные мотивы выбора того или иного направления для путешествий (рис. 8.6, табл. 8.3). Пять лучших моделей сегментирования рынка путешествий по поведенческим критериям: цель поездки, приверженность к курортным местам, частота поездок, искомые выгоды от поездки и предпочитаемый транспорт.

Для сегментирования рынка туризма следует попробовать разделить целевую аудиторию по следующим чертам характера: готовность и отношение к переменам, склонность к риску и жажда приключений, уровень консерватизма в поведении, уровень необходимого комфорта во время путешествия, ожидания по интеллектуальному развитию и по приобретению новой информации во время путешествия.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое сегментация рынка в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Какие факторы могут использоваться для сегментации рынка в индустрии туризма и гостеприимства?

3. Каким образом использование сегментационного подхода может помочь предприятию в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник:
https://studme.org/170658/marketing/segmentatsionnyy_podhod_vyboru_tselevyh_rynkov

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 3. Продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
3. Тема 3.1. Управление структурой ассортимента
   Цели занятия.

- сформировать представление о теоретических основы методов исследования рынка,
- изучить организации продажи и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания,
- заложить основы понимания определения перспективных направлений исследований рынка индустрии туризма и гостеприимства

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Цели и задачи управления товарным ассортиментом.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Система управления товарным ассортиментом.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Ассортимент – совокупность тесно связанных между собой товарных групп, формирующих предложение компании.

Управление ассортиментом – комплекс действий, направленных на то, чтобы сделать предложение рациональным и релевантным интересам аудитории.

В процессе управления компании определяют виды и разновидности товарных групп, которые наиболее предпочтительны в их нише.

Главные цели:

удовлетворить спрос покупателей;
получить максимальную прибыль от реализации товаров/услуг.
Система управления товарным ассортиментом

Система управления товарным ассортиментом

Процесс состоит из нескольких этапов:

Исследование текущей обстановки на рынке.
Изучение потребительского спроса.
Определение требований к рациональности ассортиментных моделей.
Выбор ассортиментного профиля с учетом специализации интернет-магазина.
Разработка структуры с перечнем и соотношением основных товарных категорий и подкатегорий (берутся в расчет плановые показатели компании и рентабельность отдельных групп).
Подготовка номенклатуры, организация и формирование товарного ассортимента.
Установка неснижаемого остатка для различных видов продукции.
Планирование закупок (исключаются позиции, которые не пользуются спросом, добавляются наименования с высокой оборачиваемостью).
Регулярная оптимизация предложения.
Упаковка, маркировка и обслуживание товара тоже относятся к управлению.

По ходу разработки ассортиментной стратегии в первую очередь нужно ориентироваться на потребителей, их ожидания. Иначе продукцию просто не будут покупать.

Также важно соблюдать принцип развития. То есть, постоянно пересматривать и корректировать каталог, подстраиваясь под меняющиеся тенденции рынка.

Управление стоит поручать компетентным сотрудникам, которые хорошо разбираются в маркетинге. Без этих знаний создать предложение с высоким потенциалом наращивания прибыли практически невозможно.

Существует 7 ключевых способов управления ассортиментом:

Рассмотрим, как их используют на практике:

сокращение. Уменьшают полноту или ширину ассортиментного профиля, изменяя его количественный/качественный состав. Необходимо в случаях падения спроса, низкой прибыли, убыточной реализации;
расширение. Увеличивают полноту и широту ассортимента, добавляют новизны. Используется при выходе новинок, высокой рентабельности, повышении спроса;
углубление и обновление. Расширяют количественные характеристики предложения, добавляя новые модели, торговые марки. Применяется в условиях высокой насыщенности ниши, появления новых трендов;
стабилизация. Делают акцент на товарах с высокой устойчивостью;
совершенствование. Повышают рациональность ассортимента, подгоняют под текущие запросы аудитории;
гармонизация. Внедряют изменения, которые помогают приблизить фактически существующий ассортиментный профиль к оптимальному.
Все эти направления взаимосвязаны и часто дополняют друг друга.

Требования к рациональности ассортимента устанавливаются с привязкой к конъюнктуре рынка. При этом необходимо смотреть на платежеспособность целевой аудитории, социально-экономические и другие факторы окружающей среды, которые влияют на спрос. Изначально проводим глубокое маркетинговое исследование, а уже после этого формируем предложение.

Трудности и ошибки в управлении.

Чтобы избежать неприятных последствий, которые отразятся на качестве работы компании, важно не допускать таких типичных ошибок в управлении:

- непонимание или полное отсутствие целей. Основная цель управления – максимизировать прибыль, получаемую в процессе товарооборота. Отталкиваясь от этого, нужно сформулировать эффективную стратегию;
- слабая аналитическая база, недостаточно углубленный мониторинг. Когда в каталоге не хватает каких-то товарных категорий или присутствуют «умирающие» товары, компания упускает реальные выгоды;
- чрезмерное расширение профиля. Если распыляться на неперспективные продукты, сильно снижается эффективность продаж;
- узкий, несбалансированный ассортимент, непродуманный мерчендайзинг. Это снижает привлекательность предложения в глазах покупателей;
- некорректно выведенные KPI. В таком случае работа компании ориентируется на неправильные цели. Все усилия сводятся на «нет»;
- затянутая цепочка принятия решений. Слишком долгое внедрение изменений в ассортиментную линейку замедляет управление;
- формирование ассортимента на основании предпочтений менеджера. В этом вопросе нужно ориентироваться на объемную выборку с учетом актуальных рыночных данных о покупательских предпочтениях. В противном случае предложение будет далеким от интересов целевой аудитории;
- жесткие условия сотрудничества с поставщиками. С некоторыми производителями можно работать только после подписания соглашения, которое запрещает вносить изменения в ассортиментный ряд. Для интернет-магазина это невыгодно.

Основой любых управленческих действий должна быть четкая концепция.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие бывают типы структур ассортимента в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Как выбрать оптимальную структуру ассортимента для своего предприятия в индустрии туризма и гостеприимства?

3. Как оценить эффективность управления структурой ассортимента на предприятии в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник: https://www.ekam.ru/blogs/pos/upravlenie-tovarnym-assortimentom

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
РАЗДЕЛ 3. Продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
Тема 3.2. Разработка нового продукта

2. Цели занятия.

- сформировать представление о теоретических основы методов исследования рынка,
- изучить организации продажи и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания,
- заложить основы понимания определения перспективных направлений исследований рынка индустрии туризма и гостеприимства

3. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Генерирование идеи продукта для избранного ранее целевого рынка.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Оценка степени новизны продукта, определение его отличительных особенностей и преимуществ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

4. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

New Product Development применяют для трёх процессов работы с продуктом:

1. Разработка нового продукта.

Цель этого процесса — создать принципиально новый продукт, который может изменить рынок. Например, в 2000 — 2010-х появились первые агрегаторы такси с возможностью сделать заказ через приложение.

2. Запуск существующего продукта на новый рынок.

Это может быть вывод продукта на рынок другой страны или смена аудитории на том же локальном рынке. Например, сервис онлайн-образования решает запустить обучение для b2b-клиентов. Это тоже новый рынок, потому что существующий продукт нужно адаптировать для другой аудитории. Для этого в компании начнут процесс New Product Development.

3. Изменение существующего продукта.

Если изменение продукта стало результатом его естественного развития, процесс NPD запускать не нужно. Например, пользователи приложения оплачивали онлайн-покупки тремя способами: банковской картой, через электронный кошелёк и списанием со счёта мобильного

телефона. Если к способам оплаты добавили систему денежных переводов, это естественное развитие продукта.

Когда обновление кардинально меняет содержание продукта, работу над изменениями строят по фреймворку NPD. Например, в 2020 году приложение Яндекс Такси обновили до Яндекс Go. Кроме заказа такси, пользователям стали доступны и другие сервисы экосистемы: каршеринг, курьерская доставка, заказ продуктов.

Этапы разработки нового продукта.

Процесс разработки нового продукта состоит из семи шагов:

1. Генерация идей и гипотез.

На этом этапе нужно решить, какой продукт отдать в разработку. Для поиска идей и гипотез изучают рынок и тренды, анализируют конкурентов, проводят исследования и пользовательские интервью. Этот процесс называют Product Discovery.

Если в компании хотят изменить уже существующий продукт, то источником идей и гипотез могут быть внутренние запросы. Например, служба поддержки и отдел продаж расскажут о проблемах и вопросах пользователей, технические специалисты — о новых технологиях, которые можно внедрить в продукт.

В генерации идей могут участвовать топ-менеджмент, отделы маркетинга, продаж и поддержки, исследователи, если они есть в компании, технические команды. Но отвечает за эту стадию разработки нового продукта обычно продакт-менеджер. Он собирает информацию, идеи и гипотезы из разных источников.

Идеи для создания новых продуктов берут из двух источников. Внешний источник — это сам рынок, а внутренний — коллеги из других отделов

2. Скрининг идей.

Скрининг идей — это отбор жизнеспособных вариантов. На этом этапе сравнивают, сколько времени и ресурсов нужно на реализацию каждой идеи. Например, компания планирует запустить продукт на рынки Латинской Америки и Африки. Рынки анализируют и определяют приоритеты: с какого рынка начать, в каких странах делать запуски, а в каких нет.

Чтобы оценить маркетинговый потенциал, перспективы для бизнеса и технические возможности для реализации идеи, продакт-менеджер организует исследования, пользовательские интервью, привлекает команды других отделов.

3. Разработка концепции и её тестирование.

На этой стадии к New Product Development подключают команду разработки, дизайнеров, маркетологов и аналитиков данных. Вместе они продумывают будущую концепцию и собирают MVP, или минимально жизнеспособный продукт (от англ. Minimum Viable Product),

чтобы протестировать гипотезы и бизнес-модель.
При запуске на новый рынок на этом этапе можно закупить минимальный трафик на MVP и проверить, интересен ли продукт пользователям.
4. Бизнес-анализ концепции.
Если тестирование концепции прошло успешно, к разработке нового продукта подключают бизнес-аналитиков и отдел бизнес-девелопмента (от англ. Business Development — развитие бизнеса). Вместе с продакт-менеджером и маркетологами они считают юнит-экономику будущего продукта и строят маркетинговую стратегию.
5. Разработка нового продукта.
Требования к тому, что нужно сделать, собирают в техническое задание и передают команде разработки. На этом этапе ответственность за организацию и контроль рабочего процесса переходит от продакт-менеджера к проджект-менеджеру. Остальные участники New Product Development консультируют проджекта, если в процессе разработки у технических специалистов возникают вопросы.
На этом этапе техническая команда не только создаёт продукт, но и тестирует его. Если находят ошибки, продукт дорабатывают и снова тестируют. Цель этапа — финальное решение, которое можно выпускать на рынок.

Обычно на этом этапе применяют Agile-подход. Процесс разбивают на короткие спринты, в каждом из которых есть несколько частей: планирование, дизайн, разработка, тестирование, демонстрация, проверка и запуск

5. Маркетинговое тестирование.
   Когда продукт готов, отдел маркетинга организует тестовый запуск, чтобы проверить маркетинговые сообщения, собрать обратную связь от пользователей и при необходимости скорректировать план продвижения нового продукта.
   На этом этапе могут выявить технические ошибки и снова привлечь команду разработки. Не нужно путать маркетинговое тестирование с тестированием самого продукта, которое проводят на предыдущем этапе.
   7. Запуск нового продукта.
   Перед запуском важно определить KPIs, как и сколько времени их отслеживать и использовать в дальнейшей работе над продуктом. Другими словами, решить, что будет считаться хорошим запуском, а при каких показателях нужно срочно что-то менять.
   Например, компания выпускает новое приложение и запускает рекламу в соцсетях. Пользователи должны перейти по ссылке и скачать приложение. Основными

показателями результативности могут быть количество переходов по ссылке, скачиваний, регистраций, коэффициент возврата пользователей через несколько дней, процент конверсии в покупку.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие этапы включает разработка нового продукта в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Какие методы можно использовать для оценки потенциала нового продукта в индустрии туризма и гостеприимства?

3. Какие другие факторы (например, доступность, качество, стоимость и т.д.) необходимо учитывать при разработке продукта?

Источник: *https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-new-product-development/*

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 4. Ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 4.1. Методы ценообразования
3. Цели занятия.

- заложить основы понимания методов ценообразования, ориентированных на конкурентов,
- сформировать представление о разработке политики дифференциации цен (по форме обслуживания, сезонам, дестинациям, качеству, количеству услуг).

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность и функции цены как экономической категории.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Методы ценообразования, ориентированные на издержки (затратные методы ценообразования).	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Методы формирования цены условно делятся на затратные, рыночные и параметрические. Они одинаково подходят тем, кто производит товары, занимается розничной торговлей или оказывает услуги.

Затратные методы

При расчетах компания ориентируется на сумму издержек на производство и реализацию товара. Используются на крупных предприятиях, где изготавливают много одинакового нетехнологичного товара.

Завод «Простоквашино» производит молочные продукты в больших объемах. У производителя несколько товарных линеек, для которых важно просчитать стоимость с учетом затрат на их изготовление и реализацию

Метод полных издержек. Спрос и конкуренция на рынке не учитываются. Основная задача — покрыть все расходы на производство товара. Метод позволяет установить цену, которая поможет получить конкретную прибыль. Подходит для расчета стоимости нового продукта.

Цена = Постоянные издержки + Переменные издержки + Планируемая прибыль

Метод прямых затрат (минимальных издержек). Фирма оценивает спрос на товар при разных ценах и, исходя из прогнозируемого объема продаж, делает наценку. При этом постоянные расходы покрываются из наценки.

Цена = Переменные издержки + Наценка

Метод предельных (переменных) издержек. Используют, когда компания планирует увеличить продажи за счет имеющихся производственных мощностей. При этом текущий объем производства уже покрывает постоянные затраты. Цена учитывает только затраты на выпуск каждой дополнительной единицы товара, то есть предельные издержки.

Цена = Предельные издержки + (Предельные издержки * Рентабельность продукции) / 100

Метод учета рентабельности инвестиций. Если для производства продукции привлекают инвестиции, нужно определить цену, которая окупит вложения.

Цена = Полные издержки + (Коэффициент планируемого дохода * Сумма инвестиций) / Объем производства

Метод на основе анализа безубыточности (целевой прибыли). Фирма рассчитывает показатели себестоимости и объема продаж, которые обеспечат отсутствие убытков.

Цена безубыточности = (переменные издержки на ед. продукции +постоянные издержки) / объем продаж

Компания может «играть» с ценой товара за счет объема. Например, клиенты неохотно покупают пальто за 20 000 рублей, и есть риск даже не выйти в ноль в этом месяце. Компания снижает цену до 17 000 рублей, продает больше единиц продукции и получает прибыль.

Рыночные методы

Основаны на анализе рынка: спроса, конкурентов и ценности товара. Используются для услуг, технологичных и сложных товаров, а также для продуктов известных брендов.

Чтобы рассчитать стоимость рыночными методами, компании проводят маркетинговые исследования и опросы, собирают фокус-группы.

В Москве, Санкт-Петербурге и Ярославле проходят театрализованные экскурсии. Их стоимость невозможно рассчитать затратными методами: необходимо учитывать целевую аудиторию, ценность продукта с точки зрения покупателей и предложения конкурентов

Методы на основе воспринимаемой ценности товара. Цену устанавливают исходя из субъективного восприятия покупателями качеств и характеристик продукта. При этом издержки фирмы отходят на второй план.

В этой категории методов есть несколько разновидностей расчета:

- Расчет максимальной приемлемой цены. Подходит для товаров, которые помогают снизить издержки покупателей, например средства для смягчения воды, химические реагенты. В этом случае максимальная цена — это цена товара, при которой экономия покупателя равна нулю.
- Расчет экономической ценности товара. Определяют стоимость, которую покупатели воспринимают как лучшую альтернативу с учетом характеристик товара и предложений конкурентов.

Методы, ориентированные на спрос. При формировании цены учитывают предпочтения и ожидания потребителей. Способ включает следующие виды ценообразования:

- на основании опроса — группу потребителей опрашивают о предполагаемой стоимости товара, максимально приемлемой цене, реакциях на ее изменения;
- аукцион — используют при продаже уникальных товаров, например, антиквариата или предметов искусства;
- метод пробных продаж (метод эксперимента) — стоимость товара изменяют и наблюдают за реакцией покупателей.

Методы, ориентированные на конкурентов. Применяют на рынках с высокой конкуренцией. К ним относятся:

- метод мониторинга конкурентных цен — стоимость устанавливают с учетом среднерыночной или на уровне главного конкурента, лидера, который диктует цены остальным фирмам на рынке;
- метод конкурса (тендерный) — когда круг покупателей ограничен, а продавцов много, выигрывает предложение с наименьшей ценой.

Параметрические (производственные) методы

Используются для расчета цены на новые товары на основе сравнения их со старыми или базовыми моделями.

Основные производственные методы это:

- агрегатный — цена сложного продукта считается как стоимость отдельных составляющих и стоимость работ по сборке;
- метод удельной цены — продукт сравнивают с базовым и оценивают с точки зрения новых потребительских качеств, которые снижают или увеличивают стоимость;
- метод балльных оценок — эксперты оценивают потребительские товары с помощью специальной шкалы, каждому баллу присваивается цена, из которой складывается общая стоимость изделия;
- метод регрессионного анализа — с помощью регрессионного уравнения рассчитывают взаимосвязь между изменением характеристик изделия и ценой.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие методы ценообразования используются в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Какие факторы влияют на выбор определенного метода ценообразования?

3. Какие методы ценообразования наиболее эффективны для продуктов и услуг в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник: *https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-metody-cenoobrazovanie/*

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 4. Ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 4.2. Ценовая стратегия
3. Цели занятия.

- заложить основы понимания методов ценообразования, ориентированных на конкурентов,

- сформировать представление о разработке политики дифференциации цен (по форме обслуживания, сезонам, дестинациям, качеству, количеству услуг).

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Выбор модели формирования цены на продукт.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Калькуляция себестоимости продукта, определение маржи.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Стратегия ценообразования — это метод, по которому бизнес устанавливает наилучшую цену на товар либо услугу, поэтому выбор ценовой стратегии — одно из самых важных решений в бизнесе.

На цену влияют:

- внутренние факторы — операционные затраты, текущие запасы товара, способность быстро восполнить этот товар или быстро оказать услугу, стоимость доставки и пр.;
- внешние факторы — потребительский спрос, цены конкурентов, общие рыночные экономические тенденции.

Однако важно помнить, что с помощью стратегии ценообразования бизнес определяет не только стоимость товара или услуги. Нельзя установить цены без понимания, кто ваша целевая аудитория, какое позиционирование у бренда и основные характеристики продукта, как звучат цели вашего дохода.

Но этот факт очень часто упускается из виду, и в итоге ценообразование применяют только в качестве краткосрочного решения для скорых результатов.

В совокупности мы можем сказать, что формирование ценовых стратегий для компании — это рассмотрение и качественных, и количественных показателей бизнеса: от себестоимости единицы товара до уровня сервиса и лояльности к бренду. Знание и понимание этих параметров необходимо для эффективной стратегии.

Виды ценовых стратегий

Ценовые стратегии предприятия можно распределить по графику, напоминающему гору:

Начало и конец графика — точки безубыточности. Это условная совокупность наших затрат на стоимость товара либо услуги. Самая высокая цена — цена на пике — то, как наш клиент оценивает стоимость нашего эксклюзива. Другими словами, это максимальная цена, которую клиент готов заплатить за наш продукт.

Выше цены на пике мы будем терять продажи: покупатель будет чувствовать, что стоимость уже превышает ценность предложения.

Важно запомнить: сумма, которую клиент готов заплатить за продукт, на самом деле очень мало связана с затратами продавца. Она в гораздо большей степени зависит от того, какую ценность ваш продукт или услуга несет для потребителя.

Ценообразование в зависимости от разных рынков и сегментов

Ценовая сегментация. В этих стратегиях ценообразования на один и тот же товар устанавливаются разные цены в зависимости от способности и готовности клиентов за этот товар платить. Например, завод выпускает одну и ту же уходовую косметику, но у ретейлеров для среднего класса будет предлагаться вся линейка, а для дискаунтеров — только часть. Причем внутри одного региона продукция продается по разной стоимости.

С одной стороны, это возможность получать больше прибыли от клиентов, которые могут платить больше и при этом не заглядывают на торговые площадки более низкого класса. С другой стороны, оперировать ценовой сегментацией нужно очень аккуратно.

С точки зрения антимонопольного законодательства компании, особенно занимающие доминирующее положение на рынке, должны предоставлять равные цены, без перекосов. Поэтому прежде чем идти в ценовую сегментацию, необходимо очень тщательно проработать этот вопрос с юристами.

Стратегию ценовой сегментации не нужно путать с продуктовой сегментацией, когда покупателю продается похожий товар. Допустим, вы работаете на рынке премиальной спецодежды, используете очень качественные, хорошие ткани, и эта одежда стоит дорого из-за своей себестоимости. Но по этим же лекалам вы отшиваете спецодежду с более дешевыми тканями и предлагаете ее по другим ценам.

Несмотря на одинаковый раскрой и пошив, изделия будут считаться разными.

Стратегия дифференциации цен. Эта стратегия ценовой политики подразумевает, что одни покупатели в силу своего статуса или иных качеств платят за товар меньше, чем другие. Это могут быть, например, льготные билеты для пенсионеров или скидка 20% от общего чека в ресторане в честь дня рождения.

В отличие от ценовой сегментации, дифференцированное ценообразование позволяет избежать конфликтов и возгласов о несправедливости со стороны тех, кто не имеет права на ту или иную льготу, скидку.

Географическая сегментация. Это фактически установка разных цен для разных рынков. Она может применяться не только для выхода в новые страны, но и когда компания хочется сегментироваться даже по нашей стране, поскольку у нас достаточно большая протяженность от Калининграда до Дальнего Востока.

Если в некоторых регионах есть более высокий спрос на товары, мы можем повысить там цену и таким образом увеличить маржинальность. Либо же, если мы хотим забрать долю конкурентов в данном регионе, мы можем понизить свою цену.

В прошлом такое ценообразование часто использовалось для покрытия расходов на доставку. Если основные склады находились в центральном регионе России, то цены для покупателей в Восточной Сибири и в Поволжье могли отличаться.

Ценообразование в зависимости от гибкости цен

Допустим, вы хотите увеличить цену на свой товар на 5 руб. Как отреагируют на это покупатели? Почему нельзя увеличить на 6 руб.? Почему не на 10 руб.? На этот вопрос отвечает цена эластичного спроса.

Эластичный спрос — важнейшая составляющая ценообразования. Он показывает, в какой степени спрос на выбранные продукты упадет или вырастет при изменении цены. Изменение стоимости должно быть не менее 1%, чтобы его можно было заметить и качественно оценить спрос на продукцию.

Совершенно неэластичный товар обладает коэффициентом, равным 0, относительно

эластичный — <1 или >1, эластичный — 1, идеально эластичный — ∞.

Знание ценовой чувствительности вашего продукта может быть конкурентным преимуществом на рынке. Если вы понимаете, что у вас высокоэластичный товар, то вы можете управлять спросом, предоставляя скидки покупателю на определенный промежуток времени, допустим, на сезон. Либо же комбинировать эластичный товар с неэластичным товаром и тем самым увеличивать совокупные продажи.

Минус этого ценообразования — сложность расчетов. Эластичность спроса определяется прежде всего с помощью маркетинговых исследований. Делаются глубинные интервью с

покупателями, дистрибьюторами, если товар на рынке распространяется через дистрибьюторский канал.

А потом в расчетах помогает только метод проб и ошибок. Ведь спрос зависит не только от цены, но и еще от множества факторов: сезонности, конкуренции, изменений в цепочке поставок. Понять, что действительно повлияло на изменение, — только цена, другие факторы или все вместе — вопрос, об который ломают копья и финансисты, и маркетологи.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие бывают типы ценовых стратегий в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Как выбрать оптимальную ценовую стратегию для продукта или услуги в индустрии туризма и гостеприимства?

3. Какие риски связаны с выбором неправильной ценовой стратегии в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник: https://rb.ru/opinion/pricing-strategy/

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 5. Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 5.1. Сбытовая система предприятий индустрии туризма и гостеприимства
3. Цели занятия.

- изучить основные политики сбыта туристических предприятий,
- раскрыть сущность понятияпроработки основных условий соглашения.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Виды, функции каналов сбыта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Сбытовая система туристского предприятия представляет собой определенную структуру, включающую совокупность субъектов сбытовой деятельности с определенными

функциональными полномочиями и обязанностями, а также определенными организационно-правовыми взаимоотношениями и взаимосвязями. Сбытовая система характеризуется определенными формами, методами и организацией сбыта.

Форма сбыта определяется организационно-правовыми отношениями субъектов сбытовой системы. Та или иная форма сбыта обусловливает следующую классификацию сбытовых систем:

- • собственная сбытовая система туристского предприятия (прямой сбыт);
- • связанная сбытовая система (косвенный сбыт) — система сбыта, лишь частично связанная с туристским предприятием;
- • независимая сбытовая система — система сбыта, не связанная с туристским предприятием.

Собственная система сбыта (прямой сбыт) предполагает осуществление всех сбытовых функций субъектами, которые в организационно-правовом, экономическом и административном отношениях зависимы от туристского предприятия, т.е. являются его непосредственными подразделениями, филиалами и т.п. Туристское предприятие как их фактический владелец осуществляет управление их деятельностью. Собственная система сбыта туристского предприятия является частным случаем так называемых корпоративных, или интегрированных, систем сбыта, где владельцем может быть не только само туристское предприятие, но и любой посредник. Несомненным достоинством собственной сбытовой системы является возможность контролировать ход реализации турпродуктов (туруслуг), иметь связь с конечным потребителем, владеть «прямой, быстрой» информацией о малейших изменениях рыночной конъюнктуры.

Преимущества и недостатки, свойственные прямому сбыту, приведены в табл. 8.2.

Особенности прямого сбыта

На основе учета приведенных преимуществ и недостатков прямого сбыта турпродукта (туруслуги) рыночная практика выработала следующие формы прямого сбыта:

- 1) директ-маркетинг (прямая, персональная продажа) — прямая работа с потребителями представителей туристских предприятий с целью сбыта своего турпродукта (туруслуги). Проводится через собственных сотрудников туристских предприятий — менеджеров по продажам, через собственные филиалы или представительства в других регионах;
- 2) сбыт по предварительному заказу. Как правило, применяется для индивидуальных туристов, которые заказывают эксклюзивные туры (услуги), а также в MICE-туризме. По сути это производство турпродукта (туруслуги) на заказ. Получение такого заказа, помимо других преимуществ прямого сбыта, имеет дополнительные привлекательные для туристского предприятия стороны:
    - o • гарантированность сбыта;
    - o • возможность получить аванс.

Прямой сбыт по предварительному заказу в туризме может использоваться в следующих случаях:

- необходимости разработки уникального турпродукта (туруслуги), удовлетворяющего редкие потребности клиентов;

- некоторых видов товаров народного потребления по заказам государственных органов, коммерческих и некоммерческих организаций (например, мебели для гостиницы, сувениров, рекламных буклетов и т.д.);
- телефон-маркетинг — работа с клиентами по телефону. По телефону может осуществляться прием заказов на турпродукт (туруслугу), оплата —уже непосредственно перед предоставлением туруслуги. Используется, например, при продажах стандартных турпродуктов (туруслуг);

4) продажа по объявлениям, в проспектах. Покупателю необходимо заполнить купон и отправить его на адрес производителя. Условия платежа и доставки оговорены в объявлении. В туризме используется достаточно редко.

Реализовывая часть турпродуктов (туруслуг) прямыми видами сбыта, туристское предприятие получает возможность держать «руку на пульсе рынка», оперативно реагировать на изменения внешней среды, проводить пробные продажи турпродуктов (туруслуг), определяя их перспективность, направления их совершенствования и уровень цен, а параллельное использование посредников дает ему возможность шире охватить рынок, увеличить число продаж.

Следующая форма сбыта — связанная система сбыта (косвенный сбыт) — предполагает осуществление всех сбытовых функций не непосредственно туристским предприятием, а самостоятельными в правовом, независимыми в экономическом отношении посредниками (например, турагентами). Координация деятельности всех субъектов осуществляется в рамках договорных отношений: торговли по договорам, системы франчайзинга и др.

В сфере туризма как бы ни было иногда привлекательно исключить посредника из сбытовой деятельности, это часто может быть не только нерационально, а даже и невозможно осуществить на практике. В данном случае мы должны говорить о торгово-посреднической деятельности, которая представляет собой особый вид занятий, требующий определенных специфических навыков, технических средств и инфраструктуры, которых у туристского предприятия может и не быть.

Основные недостатки, присущие прямому сбыту, являются преимуществами косвенного, и наоборот.

Косвенный сбыт широко применяется во всех случаях, когда использовать прямой сбыт невозможно или нерационально.

Комбинированный, или смешанный, сбыт предполагает использование как прямых, так и опосредованных связей с потребителями.

Более подробно описывают характер сбытовой среды турпродуктов (туруслуг) такие показатели, как длина и ширина каналов сбыта (распределения).

1.Длина канала — число последовательных, формально независимых посредников, участвующих в сбыте. Так, при варианте прямого сбыта посредников нет, и такой канал определяется как канал прямого нулевого уровня. При реализации турпродуктов (туруслуг) через одного посредника (например, через турагента) канал характеризуется как одноуровневый и т.д. С точки зрения, например, туроператора, чем больше уровней имеет канал распределения, тем меньше возможностей контролировать его.

2. Ширина канала — количество независимых посредников на каждом уровне канала сбыта. Например, реализация турпродуктов (туруслуг) через три оптовых туристских предприятия (первый уровень), расположенные в различных регионах, дает возможность характеризовать

этот уровень по ширине, равной трем. Ширина второго уровня будет определяться количеством туристских предприятий мелкооптовой торговли, связанных с оптовиками, и т.д. Чем больше ширина канала, тем больший рынок можно охватить.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие каналы сбыта используются в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Какие преимущества и недостатки у каждого канала сбыта?

3. Как выбрать оптимальную сбытовую систему для продукта или услуги в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник: https://studme.org/166932/turizm/sbytovaya_sistema_turistskogo_predpriyatiya

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 5. Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 5.2. Разработка сбытовой политики
3. Цели занятия.
   - изучить основные политики сбыта туристических предприятий,
   - раскрыть сущность понятия проработки основных условий соглашения.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Выбор типа сбытовой политики, каналов сбыта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Определение возможных посредников: туроператоров, турагентов (требования к их специализации, территориальному размещению).	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Существуют различные каналы сбыта, и производитель имеет право выбора. Он может продавать товар напрямую покупателям через коммивояжеров, а также при помощи прямой доставки товара по почте, по заказам, принимаемым по телефону или через Интернет-магазин. Продукция может поставляться фирмам розничной торговли, которые в свою очередь реализуют ее конечным потребителям, или оптовикам, от которых товар поступает к розничным продавцам и далее к покупателям.

Производителю необходимо сделать грамотный и рациональный выбор каналов сбыта, который зависит от различных характеристик самого производителя, покупателей, товара и осуществляется между прямым и косвенными каналами.

Прямой сбыт (канал товародвижения нулевого уровня) не предполагает наличия посредников, т.к. продажа товара осуществляется непосредственно потребителям на основе прямых контактов с ними. К прямому сбыту относится и реализация продукции через собственную торговую сеть, а также продажа по объявлениям в СМИ. Этот вариант наиболее часто используется при сбыте товаров производственно-технического назначения, реже — товаров народного потребления.

Косвенный сбыт (многоуровневый канал товародвижения) подразумевает продажу товаров через посредников. Выделяют одно-, двух- и трехуровневые каналы. Количественной характеристикой канала товародвижения наряду с длиной является и его ширина — число посредников (оптовых и розничных) на любом этапе реализации продукции предприятия (например, количество всех оптовых фирм, закупающих товары у производителя). Например, крупнейший производитель российских внедорожников Ульяновский автомобильный завод после реструктуризации имеет 96 дилеров в регионах РФ и 18 в странах СНГ и дальнего зарубежья, к которым УАЗ предъявляет довольно серьезные требования.

Существует возможность не только выбирать каналы товародвижения, но и комбинировать их или создавать свои собственные. Известно, что некоторые компании, производящие женскую косметику, не пользуются сложившимися каналами товародвижения, а строят свои сбытовые сети по принципу личных продаж из рук в руки, так называемый Multi-Level Marketing (MLM), или сетевой маркетинг.

Выстраивая свой сбыт, производитель должен четко понимать приоритетность тех или иных каналов, определять их оптимальную конфигурацию по ширине и глубине.

Канал сбыта должен соответствовать типу товара, его рыночному позиционированию и иметь максимально возможный охват целевых групп потребителей.

Если для сбыта продукции используется несколько каналов, то необходимо избегать конфликтов в их работе. Часто встречается ситуация, когда производитель самостоятельно ведет активные торговые операции в регионе по очень низким ценам, тем самым демотивируя посредников. Он фактически конкурирует с ними за доступ к потребителю и лишает посредников возможности продвигать товар с той торговой наценкой, на которую они рассчитывают.

Второй важный аспект сбытовой политики — выбор посредников. Если производитель отдает предпочтение данному каналу реализации продукции, он должен определить отношения с посредниками как эксклюзивные, селективные или интенсивные.

Эксклюзивная политика сбыта означает, что только один дилер в определенном географическом регионе имеет право продавать товары данного производителя. Зачастую автомобильные дилеры пользуются эксклюзивным правом продаж в своих регионах. Крупные холдинги, например ОАО «НТМК», поставляют продукцию эксклюзивно через торговый дом. Это дает возможность основным производителям холдинга сосредоточить свои усилия на производстве, а торговому оператору — на сбыте продукции.

В случае селективной сбытовой политики производитель выбирает ограниченное число посредников для продвижения своего продукта на данной территории. Таким образом продаются многие спортивные товары и одежда.

Производитель сигарет British American Tobacco (BAT) в 1997 г. имел пять основных дистрибьюторов, в 2001 г. этот список сократился до трех оптовиков, а в 2002 г. до двух. Уменьшение числа посредников позволяет BAT управлять каналом сбыта и добиваться высоких показателей продаж.

Производитель, выбирающий интенсивную сбытовую политику, пытается найти как можно больше посредников для продвижения своего продукта, как это делают, например, фирмы, производящие молоко.

Выбор конкретных посредников — важный пункт построения сбытовой политики. Вспомните историю, о которой сообщалось в прессе в начале 90-х гг. Крупнейший отечественный производитель грузовых автомобилей «КамАЗ» поставил в Польшу партию своих машин. Поляки немедленно перепродали их в Южную Корею по цене, вдвое превышающей ту, которую запросил «КамАЗ». Южная Корея после небольшой косметической доводки грузовиков перепродала их в Латинскую Америку по стоимости в полтора раза выше польской. В итоге «КамАЗ» из-за неверного выбора посредника недосчитался, как минимум, 3/4 своей прибыли.

Для увеличения эффективности сбыта необходимо оценить посредников. Оценка проводится по нескольким направлениям.

Имидж
Задайте себе вопрос: «Совпадают ли у покупателя имиджевые представления о производителе и посреднике?» Нецелесообразно пытаться продвигать эксклюзивный товар, предназначенный для высокодоходных групп потребителей, через сети или посредников, которые позиционируются как продающие дешевый товар, рассчитанный на низкодоходные группы потребителей, равно как и наоборот. Например, продажа дорогих ювелирных изделий через сеть привокзальных киосков.

Печальный пример — история компании «Гербалайф». Неудачный выход на рынок пищевых добавок через сетевой маркетинг закончился дискредитацией не только самого сбытового канала, но и всей продукции фирмы, которая в дальнейшем была вынуждена с большими издержками перепозиционировать свои торговые марки.

Возможности
А именно: доступ к региональным рынкам сбыта; охват целевых групп потребителей; возможные объемы продаж. Зачастую возникает ситуация, когда производитель не в состоянии получить доступ к некоторому кругу посредников в силу их слабости: малые объемы продаж, непредставленность в отдельных регионах (районах) и, что самое важное, плохой контакт с целевыми группами покупателей. Обратная ситуация, когда возможности посредника значительны: охват рынка слишком велик и нерационален, производитель не в состоянии отгружать требуемые объемы, обеспечить узнаваемость товара (бренд).

Состояние развития
Платежеспособность, потребность в дополнительных оборотных средствах, объем складских площадей, количество единиц автотранспорта, количество и квалификация торгового персонала, партнеры и контрпартнеры, техническое оснащение.

Требования и условия работы компаний-посредников.
Должны быть учтены типичные условия деятельности посредника, особенности логистики, его требования по срокам и объемам поставок. Этот анализ позволит унифицировать отношения с посредниками и выработать наиболее привлекательное для них предложение. Вслучае значительных расхождений между позициями посредника и производителя, владея обобщенной информацией, проще найти компромисс. В некоторых случаях необходимо уступить требованиям посредников, в других — обосновать свою жесткую позицию.
Печально закончилось многообещающее сотрудничество Европейской мебельной компании (ЕМК, Саратовская обл.) с гигантом IKEA. После кризиса 1998 г. шведская корпорация была самым крупным и практически единственным каналом сбыта для ЕМК, поэтому саратовские мебельщики соглашались на все условия, выдвигаемые партнером (снижали цены). Заказы от IKEA поступали по 2001 г., но потом шведы отказались продлевать контракт с поставщиком. Через некоторое время ЕМК обанкротилась и вскоре перешла под контроль подмосковной «Шатуры».

Конкуренция между посредниками
Существуют уникальные посредники, которые могут демонстрировать высокую эффективность и соответствуют всем пожеланиям производителя. Так, предприятия-изготовители продуктов питания стремятся попасть в розничные сети, обеспечивающие хороший охват целевой группы потребителей, обладающие высокой пропускной способностью и надлежащим имиджем. Но в этом случае розничная сеть выдвигает ряд серьезных требований к поставщику, предлагая в том числе оплачивать размещение товара в залах супермаркетов по ставкам, зависящим от занимаемой площади стеллажей.

Производитель должен «эксплуатировать» конкуренцию, если таковая присутствует, между посредниками на одном уровне сбыта. Отдавая предпочтение какой-то группе поставщиков, производитель неизбежно позиционируется как партнер сети, дилера и т.п. Содной стороны, это затрудняет расширение числа посредников, с другой — делает отношения более прочными и долгосрочными. Элемент соревнования между посредниками за право продавать товар производителя позволяет вести более жесткую сбытовую политику.

Имидж, возможности и состояние развития посредника должны соответствовать стратегическим задачам производителя и предполагать максимальный эффект как по охвату целевых групп потребителей, так и по объемам сбыта.

Третий важнейший аспект проведения сбытовой политики- правила взаимодействия с посредниками. Прежде всего они должны быть формализованы и неизменны в течение довольно длительного времени. Частые изменения правил взаимодействия с посредниками являются для них демотивирующим фактором. Помимо прочего, обе стороны несут дополнительные издержки вследствие неупорядоченности взаимоотношений. Речь идет и об увеличении времени на ведение переговоров, и о задержках в отгрузке и оплате, и о неизбежном переключении между посредниками. Для производителя это означает потерю клиента и как результат расходы на поиск нового. По данным исследования, опубликованного в Harvard Business Review, увеличение количества постоянных клиентов на 5% приводит к росту прибыли на 15-30%. Современные методы повышения лояльности клиентов и построения долгосрочных партнерских отношений помогут не только существенно повысить текущую прибыль, но и сделать бизнес значительно более устойчивым в долгосрочной перспективе.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие этапы включает разработка сбытовой политики в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Какие факторы необходимо учитывать при разработке сбытовой политики?

3. Как оценить эффективность сбытовой политики в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/merchandising.htm

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 6. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве
   Тема 6.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций
3. Цели занятия.

- сформировать представление о компонентах фирменного стиля гостиничного предприятия,
-ознакомиться с разработкой базового рекламного обращения, рекламного слогана.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие маркетинговых коммуникаций и особенности формирования коммуникационной политики в индустрии туризма и гостеприимства, в том числе реклама, связи с общественностью, пропаганда, фирменный стиль.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Функции рекламной кампании.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Задачи, виды и средства рекламы, применяемые в индустрии туризма и гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В распоряжении маркетолога имеется огромный арсенал инструментов маркетинговых коммуникаций. Многие из них появились или получили второе дыхание благодаря современному развитию технологий, а некоторые, наоборот, отошли в пассив из-за низкой их эффективности воздействия на потребителя на данном этапе. Несмотря на ротацию инструментов, все они так или иначе делятся на четыре вида, которые различаются характером влияния на целевую аудиторию. Вот они:

1. Реклама;
2. Public relations (PR или связи с общественностью);
3. Promotion (стимулирование сбыта);
4. Direct marketing (директ-маркетинг).

Конечно, ряд инструментов имеют признаки нескольких видов маркетинговых коммуникаций, что делает их разделение условным. Но даже в таком смешанном воздействии всё равно есть какой-то из параметров, который доминирует, что позволяет отнести его к одному из перечисленных в классификации выше. Посмотрим на их различия.

Реклама - оплаченная коммуникация компактного, достаточно напористого, регулярно повторяющегося сообщения в медийных каналах, направленного на то, чтобы потребитель

совершил покупку. Независимо от рода деятельности каждый из нас много раз сталкивался в жизни с данным видом маркетинговых коммуникаций.

Реклама может быть в виде аудиовизуального сюжета (видеоролика), графического или фото изображения, аудиотрека и т.п. Соответственно, средствами её доставки или медиа-каналами могут быть телевидение, радио, газеты, журналы, интернет, поверхности наружной и внутренней рекламы и т.д.

Связи с общественностью - познавательный, обучающий, объясняющий или мотивирующий контент, направленный на развитие потребителя в области деятельности, которая связана с приобретением и/или пользованием продвигаемого продукта. Уже из названия становится понятно, что инструменты данного вида имеют публичный характер. Поэтому выступления, мероприятия, конференции, семинары, презентации, выставки и т.д. — всё это арсенал PR-коммуникации.

До расцвета соцсетей, в связях с общественностью активно было в ходу отдельное направление инструментов, направленных на работу со средствами массовой информации, которое включало пресс-конференции, пресс-релизы, комментарии и интервью. Но со снижением роли масс-медиа и переориентацией потребителей на интернет стали актуальными другие решения воздействия на аудитории, которые в разных сочетаниях объедены в таких новомодных названиях и аббревиатурах, как: интернет-маркетинг, контент-маркетинг, influencer marketing (маркетинг влияния), SMM (Social Media Marketing), SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), SERM (Search Engine Reputation Management) и т.д.

Независимо от названия у всех инструментов связей с общественностью связанных с продвижением в интернет есть одно общее — это создание или управление контентом. Выражается это в наполнении сайтов, лендингов и корпоративных блогов, информационных электронных рассылках, ведении аккаунтов в социальных сетях, работе с блогерами и влогерами, реагирование на отзывы и негативные посты на сайтах агрегаторах и социальных сетях. В общем, всё, что создаёт мнение о бренде или влияет на него является заботой связей с общественностью.

Стимулирование сбыта - коммуникация сообщения, связанного с очевидной потребительской выгодой, направленная на стимулирование активности потребителей или участников каналов сбыта в определенный ограниченный период времени или при покупке обозначенного объема. Эта группа инструментов предполагает разного рода скидку или бонус. Например, распространение пробников и образцов, дегустации, подарки при покупке, акции по схеме два предмета по цене одного, конкурсы и розыгрыши.

Директ-маркетинг - взаимодействие с потребителем на основе персонализированного предложения, сформированного на основе накопленных знаний о потребительском поведении адресата. Эта группа коммуникационных инструментов с развитием технологий переживает свой ренессанс. Директ-маркетинг сейчас является актуальным и популярным настолько, что с ним связано развитие целых новых направлений в маркетинге таких, как data science, big data, предиктивный маркетинг.

Возможность идентификации пользователей в сети позволяет получать большое количество информации о потребителях, которую ранее было затруднительно или невозможно собрать. Наличие следов дает возможность выстраивать паттерны потребительского поведения, которые наиболее вероятно ведут к покупке или наоборот переключению постоянного клиента на конкурирующее предложение. Задача компаний сделать персональное предложение в нужный момент.

Конечно, маркетинговые инструменты директ-маркетинга сегодня обрастают большим количеством технологических решений, ядром которых является CRM-система, аккумулирующая всю поступающую информацию о действиях клиентов. В дальнейшем поступающие данные обрабатываются, анализируются, классифицируются по сегментам, на основе чего формируется персонифицированная рекомендация о следующих взаимодействиях компании с потребителем. А доставка персональных предложений осуществляется электронными сообщениями, push-уведомлениями через приложение, операторами телемаркетинга или продавцами в традиционной офлайновой торговой точке.

Эффективность маркетинговых коммуникаций

Ключевые параметры эффективности маркетинговых коммуникаций всегда вызывали горячие споры в профессиональных кругах. Связано это с тем, что взаимодействие с целевыми аудиториями имеет несколько уровней влияния. Соответственно, каждый из них несёт свою пользу компании в деле достижения бизнес-целей, но не всегда их оценка отвечает на все вопросы, которые хочет получать бизнес.

Эффективность маркетинговых коммуникаций можно поделить на следующие уровни по объекту влияния на результат:

• экономическая ценность;

• коммуникативная ценность;

• поведенческая ценность.

Экономическая эффективность коммуникаций определяется соотношением полученного в результате маркетинговой кампании дополнительного дохода к совокупным затратам, сделанных для её реализации. При всех достоинствах этого направления, которое заключается в прямой связи конвертации бюджета на маркетинговые коммуникации в доходы, остаётся открытым вопрос, какое значение коэффициента возврата на инвестиции считать приемлемым и оптимальным для бизнеса.

Коммуникативная эффективность взаимодействия дает представление, насколько транслируемые сообщения получают свое распространение среди целевой аудитории. Ее характеризуют такие факторы как узнаваемость бренда, знание марки, восприятие и понимание передаваемой информации. В отличие от экономической эффективности, коммуникативная определяется количественными и качественными методами исследований до начала кампании и после её завершения, а иногда еще и во время её проведения.

Поведенческая эффективность коммуникаций демонстрирует доверие, приверженность, принятие и разделение ценностей и включает намерение сделать покупку, сам процесс и желание делать повторные приобретения. Выражается она в конверсии, размере среднего чека, частоте покупок и пожизненной ценности клиента.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие инструменты маркетинговых коммуникаций используются в индустрии туризма и гостеприимства?

2. Какие преимущества и недостатки у каждого инструмента маркетинговых коммуникаций?

3. Как выбрать оптимальные инструменты маркетинговых коммуникаций для продукта или услуги в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник: *https://marketing.hse.ru/blog/marketingovye-kommunikacii-o-sisteme-instrumentah-i-ehffektivnosti/*

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 6. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве
   Тема 6.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии
3. Цели занятия.

- сформировать представление о компонентах фирменного стиля гостиничного предприятия,
- ознакомиться с разработкой базового рекламного обращения, рекламного слогана.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Изучение и анализ образцов рекламной продукции турфирм и конкретных турпродуктов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Формулирование конкретных целей, выбор направлений коммуникации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Определение способов продвижения своего продукта и их соотношения в promoution-mix.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Структура коммуникационной стратегии бренда включает:

- Background – анализ исходных данных – оценку ситуации, сложившейся в компании на момент разработки стратегических планов.

- Objectives – задачи, которые нужно решить маркетологам – их прописывают отдельно для маркетингового, креативного, медийного блока.
- Target Audience – работу с целевой аудиторией – формирование и сегментирование ЦА, составление портрета своего покупателя.
- Communication Activities – способы реализации стратегического плана – взаимодействие с клиентами через разные каналы коммуникации.
- Evaluation – оценку результатов – анализ показателей с помощью специальных аналитических сервисов.
- Additional Activities – дополнительную работу по улучшению имиджа – например, ведение блога на своем сайте, где пользователи читают полезные статьи, расширяют знания о вашем продукте.

Также есть 3 типа коммуникаций с целевой аудиторией:

Тип коммуникаций	Направленность действий маркетологов	Способы коммуникаций с клиентами
ATL — Above the line	массовая реклама для всей ЦА	реклама на радио, телевидении, в СМИ наружная реклама — ростяжки, баннеры контекстно-медийная сеть Яндекса и Гугла реклама на сторонних сайтах, в соцсетях вирусный маркетинг нативная реклама продакт-плейсмент мобильный маркетинг через приложение
BTL — Bellow the line	индивидуальные предложения клиентам	отправка сообщений через мессенджеры купоны, скидки, промокоды, подарки тайный покупатель личные продажи по специальным ценам образцы, дегустации продуктов раздача POS-материалов в магазинах, на выставках
TTL — Total the line	срединные действия	поисковая реклама по ключам, хэштегам сарафанное радио, пиар донесение ценностей бренда до ЦА событийный (event) маркетинг благотворительность сенсорный маркетинг (воздействие на чувства клиента)

Структуру можно выстраивать произвольно, не обязательно придерживаться строгих, универсальных правил.

Этапы реализации

Каждый этап реализации приносит пользу бренду:

- Аналитика – SWOT-анализ позволит точно определить место компании на рынке, понять свои сильные/слабые качества и маркетинговые возможности роста, выявить главных конкурентов. PESTEL или PESTLE анализы помогут определить политические, социальные, экономические, законодательные и прочие аспекты, которые также влияют на развитие бизнеса.
- Целеполагание – при постановке целей наметьте конкретные сроки их достижения. Продумайте, что вы намерены предпринять, чтобы повысить осведомленность ЦА о ваших товарах, какие шаги предпримете для нейтрализации негативного отношения к своим продуктам.
- Позиционирование – на его основе выстраивайте общение с аудиторией и рекламные сообщения, которые должны убедить ЦА воспользоваться предложением. Докажите, что ценности вашего бренда соответствуют мировоззрению, системе жизненных приоритетов клиентов. Убедитесь, что аудитория правильно воспринимает все послания.

- Медиапланирование – составьте график контент-маркетинга. В календарном медиаплане укажите точные даты публикации информационных и продающих текстов, пресс-релизов, новых рекламных материалов.
- Бюджетирование – четко планируйте расходы и анализируйте затраты: окупается ли реклама, какие площадки работаю лучше, какая конверсия.
- Разработка и внедрение – учитывайте возможные трудности и объективно определите проблемы компании, найдите для них решения. Так будет легче внедрить стратегию и контролировать ее результаты.
- Анализ результатов – мониторьте и корректируйте этапы. Собирайте статистику по охвату ЦА, количеству обращений, объемам продаж. Если показатели растут, значит все элементы коммуникационной стратегии работают эффективно, и пока не нужно ничего менять.

Основные ошибки маркетологов:

- плохо проведен анализ рынка, не учтена конкуренция;
- неправильно подобрана целевая аудитория, не изучены ее желания и возможности;
- по разным каналам связи пользователи получают несогласованную информацию.

Эти недочеты влекут за собой цепочку других ошибок в планировании, прогнозировании, расчетах показателей.

Советы по построению стратегии

Действенных универсальных советов немного:

- Совершенствуйтесь – не переставайте развивать свой бренд, продукты, работу всех отделов компании (маркетинга, продаж, связи с общественностью).
- Контролируйте динамику – изучайте свою статистику и общие показатели рынка, хотя бы на полшага опережайте конкурентов, применяйте новые технологии, которые помогут вывести бизнес на новый уровень.
- Сегментируйте рынок – это поможет занять более выгодную микронишу. Работа с небольшими группами поможет получить большую отдачу.
- Оставляйте рабочие элементы, которые дают хороший результат.

Примеры успешной коммуникационной стратегии

Весь мир пристально следит за деятельностью американской корпорацией Tesla Motors Inc. Она производит электромобили, но продает их не через дилеров, а через свой сайт. В автосалонах машины представлены только для демонстрации.

Ее величайшая стратегия в сфере социального маркетинга заключается в выпуске новых, перспективных, удивительных продуктов. Бренд Tesla продвигает не компания, а пользователи, которые поняли, как работает технология, какие проблемы сохранения природных ресурсов пытаются решить создатели электромобилей.

В 2020 году корпорация отметила всплеск интереса к своим акциям, которые выросли на 300% всего за три месяца. На скриншоте ниже показан рост акций компании за последние полгода.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие этапы включает разработка маркетинговой коммуникационной стратегии в индустрии туризма и гостеприимства?
2. Какие факторы необходимо учитывать при разработке маркетинговой коммуникационной стратегии?
3. Как оценить эффективность маркетинговой коммуникационной стратегии в индустрии туризма и гостеприимства?

Источник: https://www.calltouch.ru/blog/iz-chego-sostoit-kommunikaczionnaya-strategiya/

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 1. Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 1.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- создать понимание ометодах прикладных исследований в сфере индустрии туризма и гостеприимства,
- изучить осуществление продвижения и продаж услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет,
- заложить основы понимания определения перспективных направлений исследований рынка индустрии туризма и гостеприимства

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инструменты анализа внутренней среды и их использование в индустрии туризма и гостеприимства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Анализ внутренней среды: преимуществ и недостатков.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	SWOT– анализ. Формулирование целей предприятия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс задание: SWOT анализ отеля «Шереметев Парк Отель».

Отель находится в центре города Иваново, на побережье реки Уводь. Данный отель начал свою работу с октября 2006 года, название отелю было дано в связи с его расположением на Шереметьевском проспекте.
«Шереметев Парк Отель» – это 1-ый в городе отель, предлагающий гостям сервис уровня четырех звезд.
Отель за годы работы, начиная с 2006 года, уже получил много разных наград на конкурсах в области гостиничного бизнеса. Отель оказывает постояльцам разнообразные услуги, некоторые из которых включены в цену проживания, некоторые оказываются за дополнительную плату.
«Шереметев Парк Отель» объединяет в себе много параметров, важных для хорошего отдыха: это и велнес-центр, услуги которого помогают ощутить бодрость, омолодиться; Бизнес-центр, оказывающий услуги деловым гостям, рестораны Ресторан-Клуб "Шереметев" и «Буффет», и люксовые комфортабельные гостиничные номера.
Задание:
1) Используя методику SWOT анализа выявить сильные стороны (внутренний потенциал) (S), слабые стороны (внутренние недостатки) (W), внешние возможности (O), имеющиеся угрозы (T).
2) Сделать управленческие выводы.

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 1. Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства
Тема 1.2. Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства
3. Цели занятия.
- создать понимание ометодах прикладных исследований в сфере индустрии туризма и гостеприимства,
- изучить осуществление продвижения и продаж услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет,
- заложить основы понимания определения перспективных направлений исследований рынка индустрии туризма и гостеприимства

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инструменты анализа внешней среды и их использование в индустрии туризма и гостеприимства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Анализ внешней среды.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Ее благоприятные возможности и опасности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

4	STEP-анализ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание:«Гостиничныйкомплекс«DoubleTreebyHiltonMoscow-Marina»

Целькейса–
формированиепрофессиональныхзнанийиуправленческихкомпетенцийбакалавровпоразработкекомплексамаркетинговыхмероприятийпопозиционированию,развитиюипродвижениюгостиничногокомплексавмегаполисе.

ОПИСАНИЕСИТУАЦИИ

«DoubleTreebyHilton*Moscow-*Marinaценит* Ваше время, поэтому предлагает по достоинствуоценитьуникальнуювозможностьвоспользоваться всеми преимуществами бизнес-отеля, расположенного всеговнесколькихшагахотединственногонатерриторииМосквыводохранилища. Гостямнетнуждыпокидатьпределыгорода,чтобыотдохнутьотгородскойсуетынаживописномберегуилипрогулятьсяподсеньювековыхдеревьеввпарке».

Отель DoubleTree by HiltonMoscow - Marina—флагманскийпроектбрендаDoubleTreebyHiltonвМоскве.Особаякорпоративнаякультурасервисаипредельноевниманиекдеталямсетиотелейбизнес-классаизвестныповсемумиру.DoubleTreebyHiltonMoscow-Marina–одиниз14дизайнерских отелей,отмеченных журналомAD,признаным экспертом вобластиархитектурыидизайна. ОтельнаходитсяналЕнинградскомшоссе(рис.1)—главнойтранспортной магистрали Москвы, которая соединяет аэропорт Шереметьевосцентромгорода.Корпоративныеклиентыоценятблизостьбизнес-центров «Олимпия-Парк»и«Метрополис»,атакжевозможностьвминимальныесрокидобратьсядомеждународноговыставочногоцентра«Крокус-Экспо».

Рис.1.Месторасположениеотеля.

- АэропортШереметьево16км.
- АэропортВнуково30км.
- М.Водныйстадион10мин.

В DoubleTree by Hilton создают незабываемые впечатления для гостей,обеспечиваякомфортные условияизаботу,позволяявосполнитьсилыипочувствовать себя как дома. Визит гостя неизменно начинается с приятногокомплимента—фирменноготеплогопеченьясшоколаднойкрошкой.

Оботеле

ОтельDoubleTreebyHiltonMoscow–Marina,слоган:«ЦенимВашевремяикомфорт!».

Отельрасположеннаглавноймагистралиморквы,Ленинградском шоссе,внепосредственной близости открупныхбизнес-центров.Отельпредоставляет своим гостям все возможности для комфортной организациибизнесабезбольшихвременныхзатрат.Пешаядоступностьстанцииметро «Водный стадион» позволяет добраться до центра города без пересадок за 25минут.Такжегостиотелямогутвоспользоваться услугамикомфортныхмикроавтобусовмарки«Мерседес».НаходясьвакваторииХимкинскоговодохранилища, отель предлагает своим клиентам возможность отдохнуть уводы отритмамегаполиса ивосстановить собственные силы,непокидаяграниц города. Благодаря партнерам, гости отеля могут выбрать любой видотдыха:парусныерегатыотяхт-клубаRoyalYachtClubикомпанииPROyachting, шезлонги на золотом песке пляжа Beach club летом, катание налыжахпозеркалуводохранилищазимойилиизысканнаякухнявресторане «Vodный». А любителям велосипедных и пеших прогулок придутся по вкусутенистыеаллеистарейшегопаркаМосквыПокровского-Стрешнево.

КуслугамгостейотеляDoubleTreebyHiltonMoscow–Marina:

- 270 номеров, от уютных стандартных до элегантногопрезидентскоголюкса
- Представительская гостиная с живописным видом на акваториюводохранилища,снекамиибезалкогольныминапиткамивтечениедня
- 11 многофункциональных конференц-залов с дневнымосвещениемивместимостьюболее1000человек
- ARTЯШОК& LAVERANDАресторанеевропейскойкухни
- LobbyBar&Loungec уютнымкамином
- УдивительныймирChavanaSpacоспециалистамисостроваБали
- КруглосуточныйФитнес-Центр
- Термальнаязона:бассейн,хаммам,финскаясауна,снежныйфонтанидушв печатлений
- СалонКрасотысполнымкомплексомуслуг
- БесплатныйWi-Fiдоступвинтернет
- Подземнаяпарковка
- Трансфер
- Трансферв«Крокус-Экспо»
- Прачечная ихимчистка
- Круглосуточноеобслуживаниеномеров
- Банкомат

Номернойфонд:

ВраспоряжениигостейотеляDoubleTreebyHiltonMoscow-Marina270уютныхномеров.

Таблица1.Номернойфондотеля.

ТИПНОМЕРА	ОПИСАНИЕ
Стандартный номер	Площадьномера28кв.м. КроватьразмераKing/TwinБесплатный Wi-Fi
Стандартный номерсбалконом	Балкон КроватьразмераKingБесплатный Wi-Fi
Представительский номер	Площадьномера29кв.м. ДоступвПредставительскуюгостинуюХалатитапочки
НомерДелюкс	Площадьномера38кв.м. СейфБесплатныйWi-F
Представительский Делюкс	Халатитапочки БесплатныйWi-Fi ДоступвПредставительскуюгостиную
НомерЛюкс	Площадьномера54кв.м. 2 комнаты ДоступвПредставительскуюгостиную
Президентский Люкс	Площадьномера110кв.м. 3 комнатыКухня
Представительская гостиная	Напиткиисснекивтечениедня Живописный вид на RoyalYachtClubВысокоскоростной доступ в ИнтернетВовсехномерахотелякуслугамгостей:кроватьразмераKingилиTwin; матрац, разработанный по фирменнойконцепцииSweetDreamsbyDoubleTreeSleepExperience,100%хлопок; рабочий стол с телефоном и розетками,необходимыми для работы с ноутбуком;сейф, вмещающий ноутбук 15’’;бесплатный Wi-Fi доступ в Интернет;высокоскоростной Интернет задополнительнуюплату; телевизионная панель;спутниковоетелевидение; набордляприготовлениячаяикофе;мини-бар; утюгигладильнаядоска; феникосметическоезеркало; ванна с нескользящим покрытием и душеваякабина; косметическиепринадлежности; махровыйхалатитапочки.

Мероприятияисвадьбы

Отель DoubleTree by Hilton Moscow - Marina предлагает широкий выборвозможностей для проведения встреч любого уровня. Будь то презентация,конференция,семинарилипростоторжественныйужин,вВашемраспоряжении 11многофункциональных конференц-залов,оборудованныхновейшейтехникой,чтопозволяетпроводитьмероприятиялюбойсложнос

ти.Просторныезалысдневнымосвещениеммогуттрансформироватьсявзависимостиотформата события.

Шеф-поваротеляпозаботитсяобизысканномкулинарномсопровождении встреч – легкие закуски для фуршетов, изысканные десертывовремякофе-брейков,полноценныеобедыиужинывавторскомисполнениишеф-повара.

Уникальноеместоположениеотеля,наберегуводохранилищавнепосредственной близости отяхт-клубаRoaylYachtClubиспортивныхплощадокспорт-комплекса«Динамо»,позволяетвыйтизарамкиклассическогопредставленияотренингах,семинарахитимбилдингах.Добавьте яркие штрихи, приняв участие в настоящих парусных регатах илитурнирахпотеннисуипляжномуволейболу.

«Мы понимаем, что успех предприятия во многом зависит от уровняпроведения иорганизации бизнес-мероприятий иделовых встреч, поэтомупредлагаемвоспользоватьсяпрофессионализмомнашейкоманды»-отельпредлагаетуслугипоорганизациимероприятийлюбоговидаиуровня.

Организацияпитания:

LA VERANDA, полная воздуха и света, предлагает приятную альтернативу строгому и деловому ресторану. Рыба и мясо, приготовленныенагриле, классические блюда итальянской и японской кухнивавторскомисполнениишеф-повара,легкиесалатыидомашниедесерты.

Зарядитесьэнергией на целый день за завтраком в ресторане АРТЯШОК.ВбуфетеВынайдетевсенеобходимоедляздоровогозавтрака:мюсли,йогурт,цельнозерновойхлеб,кашиимногоедругое.

Просторный,полныйвоздухаLobbyBar&Lounge-идеальноеместодля непринужденныхбесед сколлегамиидрузьями. Барменыпредложатвамэлитныеспиртныенапиткииизысканныекоктейлиподаккомпанементлегкихзакусок,салатовилидомашнихдесертов.

Атак же:

62ресторанавпределах1 км

10развлеченийвпределах1 км

Социальныесети

Рис.2.ПрофильотелянаFacebook

Анализируя деятельность отеля в соц сетях, можно сделать вывод, что вштатеотсутствуетСММ-специалист,таккак,проводятсямероприятия,выкладываютсяфото,новзаимодействиесаудиторией очень низкое.

Вопросы и задания для обсуждения:

1. Опишите сильные и слабые стороны данного гостиничного комплекса.
2. Какие дополнительные мероприятия можно проводить в гостиничном комплексе.
3. Как расширить сферу предоставляемых услуг.
4. Как повысить осведомленность потребителя о существовании комплекса и повысить узнаваемость бренда.
5. Предложить комплекс мероприятий по продвижению.
6. Проанализировать ценовую политику гостиничного комплекса, выявить сильные и слабые стороны.
7. Оцените слоган и логотип отеля, опишите плюсы и минусы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 2.1. Поведение потребителей в индустрии туризма и гостеприимства: мотивация и ожидания
3. Цели занятия.

- изучить этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка,
- сформировать представление о требованиях к эффективной сегментации,
- ознакомиться с определением целевого рынка.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Потребительское поведение.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Модель потребительского поведения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Факторы, влияющие на потребительское поведение.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Поведение потребителей в индустрии туризма и гостеприимства: мотивация и ожидания
Форма практического задания: решение кейс-задания.
Кейс-задание: Реальные методы удержания клиентов: опыт гостиничного бизнеса

Гостиничный бизнес, как и любой другой, находится в состоянии жесткой конкуренции. Чтобы удержаться на рынке, необходимо бороться за каждого клиента, следовательно, предоставлять такой набор услуг, благодаря которому он захочет остановиться в этом же отеле еще раз.

Специфика привлечения клиентов в гостиничном деле состоит в следующем: здесь нельзя точно спрогнозировать вероятность того, что клиент станет постоянным, даже если обслуживание в отеле было на самом высоком уровне и произвело хорошее впечатление. Клиенту может не понравиться сам город или вообще он собирался посетить это место всего один раз в жизни.

Другое дело, если профессия человека требует постоянных поездок. В этих случаях персонал гостиницы прилагает все усилия, чтобы постоялец остался доволен услугами, верен данному отелю и поделился своими впечатлениями со знакомыми.

Гостиницы, заинтересованные в своей репутации и максимальном количестве постояльцев, предлагают самое высокое качество обслуживания в совокупности с предложением дополнительных услуг, скидок, гарантий и выполнением индивидуальных заказов. Такая организация деятельности будет привлекательна и людям, находящимся в поиске подходящей гостиницы, и тем, кто уже знаком с комфортом и качеством обслуживания в данном отеле.

Но на выбор гостиницы влияет не только качество обслуживания и предоставление дополнительных услуг. Клиенту важна экономия времени и сил при процедуре оформления. Большинство отелей сейчас имеют свои Интернет-сайты.

Так, «Балчуг Кемпински Москва» предоставляет возможность ознакомиться со схемой здания, увидеть подробный план этажей, расположение номеров и залов, посмотреть вид комнаты. Также можно получить информацию о наличии свободных мест и забронировать номер через Интернет. Гостиница «Аэростар» предоставляет видеопросмотр внутреннего убранства помещения. Посредством Интернета «Балчуг» дает возможность подписки на новости, где можно получить информацию о событиях, мероприятиях, выставках, проходящих в отеле. Также благодаря сайту можно отправить виртуальную открытку с изображением этой гостиницы своим знакомым. Потребителю предоставляется возможность заранее изучить расценки на номера и рассчитать стоимость проживания. Обеспечение отелями оперативного доступа к информации через Интернет на сегодняшний день дает неоспоримое преимущество перед конкурентами.

Кроме стандартного набора услуг для привлечения клиентов гостиницы предлагают и дополнительные. Например, «Балчуг Кемпински» дает своим клиентам возможность проживания с домашними животными. Также постояльцы, имеющие детей, могут воспользоваться услуга- ми няни – служащей гостиницы. Такие крупные отели, как «Аэростар»,

«Балчуг», «Метрополь», «Украина» принимают активное участие в проведении праздников, приемов, конференций, различных общественных и культурных мероприятий, подготавливая для таких случаев банкетные или конференц-залы.

Также по желанию гостей организовываются деловые встречи, тематические вечера. Постояльцы отелей имеют доступ к Интернету. Предоставляются услуги прачечной и химчистки. Представительницы прекрасного пола могут, не выходя из гостиницы, воспользоваться услугами косметолога или парикмахера. Служащие гостиницы «Метрополь» организовывают экскурсии в Кремль, в здании отеля находится касса билетов Большого театра.

Владельцы гостиницы стараются обеспечить своим клиентам максимально комфортное проживание и экономию времени. Отели «Балчуг» и «Метрополь» дают возможность заказать лимузин или воспользоваться услугами банка, который также находится в здании гостиницы. Также отели предоставляют возможность покупки или обмена авиабилетов.

Работники гостиниц берут на себя и организацию досуга своих клиентов. Постояльцы отелей и их гости в любое время, не выходя на улицу, могут посетить казино и приятно развлечься, также к их услугам кафе и рестораны, которые расположены в этом же здании. Гостиницы,

высоко- держащие свою марку, имеют в наличии и оздоровительный центр, где клиенты могут поддерживать форму, занимаясь фитнесом или плавая в бассейне, также в их распоряжении находятся сауна и солярий. Для обеспечения еще большего удобства постояльцев отели предоставляют услуги бутиков, цветочных магазинов, газетных киосков или отделов, торгующих сувенирами. Обычно эти заведения расположены на первом этаже гостиницы и создают в стенах одного здания небольшой городок, который дает возможность делать закупки, проводить деловые встречи, банковские операции и развлекаться, не выходя на улицу. Такая организация удобна клиенту гостиницы, и чем больше возможностей она будет ему предоставлять, тем больше вероятность, что именно этот отель он выберет в следующий раз или посоветует своим знакомым.

Привлекает клиентов и предоставление гарантий. Так, сеть мотелей
«Хамптон Инн» гарантирует «высокое качество предоставляемых услуг». Если во время проживания в отеле у клиента возникают «обоснованные претензии» по поводу обслуживания, ему полностью возвращаются деньги. Также практикуется выплачивание компенсации за причиненное беспокойство или вручается ценный подарок. При возникновении спорных ситуаций или каких-либо проблем инцидент улаживается в пользу клиента, руководствуясь принципом: клиент всегда прав.

Эффективным способом увеличения клиентуры является предоставление всевозможных скидок. В основном такую привилегию получают люди, постоянно пользующиеся услугами определенной гостиницы, но применяется эта система и по отношению к другим постояльцам. Гостиница «Украина» предоставляет скидки в том случае, если клиент покупает целый пакет услуг, в который входят проживание, аренда залов и питание. Отель «Аэростар» дает возможность бесплатного проживания детям младше 12 лет, также он заключает договоры на корпоративной основе при перелете на самолете компании «Аэрофлот» и позволяет использовать набранные очки для повышения класса обслуживания. Благодаря этому сотрудничеству группа отелей «Кемпински» получила доступ к клиентской базе «Аэрофлота».

Для постоянных клиентов существует особая система поощрений. Предоставление скидок при оплате номера, возможность проживания в номере классом выше, чем оплаченный, специальные подарки и поздравления ко дню рождения, обустройство номера по индивидуальному заказу – все это будет залогом для гостиницы, что клиент не захочет расстаться со своими привилегиями, а следовательно не воспользуется услугами конкурентов.

Обычно отели располагают базой данных своих клиентов, где указываются их возраст, день рождения, семейное положение, вкусы и предпочтения. Например, если клиент при первом посещении гостиницы выразил желание жить в номере с окнами, выходящими на север, такая особенность будет занесена в базу данных предпочтений этого постояльца.

Другим вариантом привлечения клиентов является совершенно противоположный способ – отказ гостиницы от предоставления дополнительных услуг, выполнения индивидуальных заказов и обеспечения высшего уровня комфорта. Все вышеперечисленные сервисы предназначены исключительно для обеспеченных клиентов, а человек среднего достатка отель такого уровня даже не будет рассматривать в качестве возможного места остановки. Поэтому гостиницы среднего класса имеют возможность максимально снизить цены на проживание. Таким образом, сокращение количества услуг, влекущее за собой снижение стоимости, также является средством привлечения и сохранения клиентов.

Возможные вопросы для обсуждения:

1. Предложите новые направления маркетинговой коммуникации отелей с целевым рынком.
2. Назовите посредников при сбыте гостиничных услуг. Каковы возможные способы продвижения для посредников?
3. При каком условии оказание широкого спектра дополнительных услуг способно повысить конкурентоспособность и привлечь клиента?
4. Какова стратегия маркетинга по отношению к различным сегментам потребителей?

5. Что дает производителям туруслуг обмен клиентскими базами? Между какими фирмами целесообразен такой обмен?[1]

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 2.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков
3. Цели занятия.

- изучить этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка,
- сформировать представление о требованиях к эффективной сегментации,
- ознакомиться с определением целевого рынка.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Целевой маркетинг и сегментация рынка.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Признаки и критерии сегментации рынка.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Сегментационный подход к выбору целевых рынков
Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание: Методика сегментации потребительского рынка «с нуля»

Сегментация целевой аудитории — важные процесс, от того, на какой потребительской группе решит сосредоточить свои усилия компания, зависят дальнейшие решения относительно свойств товара, цены, способов продажи и рекламных кампаний. В данном примере мы пройдем все этапы сегментации потребительского рынка, определим критерии и принципы сегментирования потребителей и научимся выбирать наиболее привлекательную целевую аудиторию.

Шаг первый: составьте полный список критериев сегментирования

Выпишите все возможные критерии сегментации потребителей, которые придут вам в голову. Чем подробнее список, тем проще выделить микрониши, особенно на рынках с высоким уровнем дифференциации товара.

1 https://www.vvsu.ru/files/BE632B05-5FE7-4E29-8B25-4858CD0288DA.pdf

социально-демографические
пол
возраст
доход
семейное положение
жизненный цикл семьи
кол-во и возраст детей
род занятий
образование
сфера деятельности
географические
регион проживания
размер населенных пунктов
урбанизация города

Затем, посмотрите внимательно на выписанные критерии и вычеркните те, которые точно не походят для разделения потребителей рынка на однородные группы.

социально-демографические
~~пол~~
возраст
доход
семейное положение
жизненный цикл семьи
~~кол-во и возраст детей~~
род занятий
образование
~~сфера деятельности~~
географические
~~регион проживания~~
размер населенных пунктов
урбанизация города

В результате первых двух шагов у вас получится список возможных критериев сегментирования рынка. Из данного списка вам необходимо будет выбрать 2-3 ключевых критерия, которые наилучшим образом объясняют разницу в поведении компаний в отрасли. Остальные критерии из данного списка будут носить описательный характер и помогут вам подробно охарактеризовать каждый сегмент.

социально-демографические
возраст
до 25 лет
25-40 лет
40-55 лет
55+
доход
низкий
средний
высокий
семейное положение
в браке
отсутствуют семейные отношения
состоят в гражданском браке
в разводе

Несколько слов о том, откуда брать информацию для описания каждого критерия. Перед тем, как приступить к процессу рыночной сегментации, вам необходимо погрузится в рынок и досконально изучить его. Нельзя без понимания рынка пытаться выделить сегменты. Ознакомьтесь с последними обзорами исследовательских агентств о вашем рынке, проведите глубинные интервью или фокус-группы с собственниками бизнеса или лицами, отвечающими за принятие решения на вашем рынке, опросите менеджеров по продажам, непосредственно контактирующих с клиентами.

Шаг второй: Опишите потребителей и не потребителей Вашего товара

По выделенным принципам сегментации опишите следующие группы покупателей вашего товара (важно: при описании групп старайтесь описать наиболее характерных представителей каждой группы, это упростит процесс сегментирования):

- Лояльные покупатели Вашего товара, которые покупают Ваш товар постоянно и с низкой вероятностью переключатся на конкурентов
- Нелояльные покупатели Вашего товара, которые покупают Ваш товар нерегулярно, на ряду с товарами конкурентов
- Покупатели, которые никогда не купят Ваш товар

Такая характеристика потребительских групп поможет выявить причины высокой и низкой лояльности покупателей, посмотреть на данные группы в разрезе социальных, демографических, поведенческих и психографических признаков.

Критерии сегментирования	Лояльные покупатели	Непостоянные покупатели	Никогда не купят
социально-демографические			
возраст			
до 25 лет			1
25-40 лет		1	
40-55 лет	1	1	
55+	1		
доход			
низкий	1	1	
средний	1	1	
высокий			1
род занятий			
собственники бизнеса			1
руководители среднего звена		1	
офисные сотрудники младшего звена	1	1	
пенсионеры	1		
студенты			1
домохозяйки	1	1	

Шаг третий: Опишите потребителей ключевых игроков рынка

По этим же критериям сегментации опишите следующих потребителей конкурентов (важно: при описании групп старайтесь описать наиболее характерных представителей каждой группы, это упростит процесс сегментирования. Если конкурентов в каждой группе несколько, то лучше описать потребителей каждого по отдельности):

- потребителей основного конкурента, чьи товары стоят дешевле Ваших
- потребителей основного конкурента, чьи товары стоят на одном уровне с Вашими
- потребителей основного конкурента, чьи товары стоят дороже Ваших

Описание покупателей разных ценовых сегментов и разных игроков поможет в поиске ключевых отличий в уже устоявшихся и сформировавшихся моделях потребления. А значит поможет найти правильные критерии сегментирования.

Критерии сегментирования	Конкуренты с низкой ценой	Конкуренты с равной ценой	Конкуренты с высокой ценой
социально-демографические			
возраст			
до 25 лет		1	1
25-40 лет		1	1
40-55 лет		1	
55+	1	1	
доход			
низкий	1		
средний		1	
высокий			1
род занятий			
собственники бизнеса		1	1
руководители среднего звена		1	1
офисные сотрудники младшего звена		1	
пенсионеры	1		
студенты			1
домохозяйки			1

Шаг четвертый: Анализ различий и определение финальных критериев сегментирования

Самый важный шаг в процессе сегментации рынка. Не жалейте времени на подробный анализ.

Внимательно проанализируйте таблицу и выделите те критерии сегментирования, по которым клиенты всех групп явно отличаются между собой. Из выделенного списка определите важные параметры, которые наилучшим способом описывают причину покупки, причину переключения и причину отказа от товара. Таких важных параметров у вас должно получиться не более 3. Выявленные критерии и будут являться основой для сегментирования. Остальные критерии будут являться описательными характеристиками сегмента.

Совет: обратите внимание на различия в поведенческих и психографических критериях. Именно данные критерии лучше всего подходят для основных критериев сегментирования. Социально-демографические и географические факторы в большинстве случаев являются описательными характеристиками аудитории и и нужны для подробного описания аудитории сегмента и в последствии помогают спланировать таргетинг в рекламных кампаниях.

Шаг пятый: Определение и описание сегментов

На основе выбранных критериев сегментации разделите потребителей на сегменты.

Критерии сегментирования		Критерий 2		
		Вар 1	Вар 2	Вар 3
Критерий 1	Вар 1	*Описание сегмента 1*	*Описание сегмента 4*	*Описание сегмента 6*
	Вар 2	*Описание сегмента 2*	*Описание сегмента 5*	*Описание сегмента 7*
	Вар 3	*Описание сегмента 3*	*Описание сегмента 6*	*Описание сегмента 8*

Проверьте себя: Разные сегменты потребителей должны требовать различных характеристик товара, разный уровень сервиса, по-разному воспринимать качество одного и того же продукта, иметь различные привычки поведения и покупать различный набор торговых марок

Дайте название каждому сегменту и максимально подробно опишите каждый сегмент по следующим критериям:

- социально-демографические характеристики сегмента: пол, возраст, доход, образование, профессиональная квалификация, семейное положение и количество детей
- географические характеристики: регион проживания, тип населенного пункта и размер населенного пункта
- поведенческие характеристики: частота покупки и пользования товаром, кол-во покупаемых брендов, место покупки, свойства, которые ценят в товаре, отношение к товару компании
- психографические характеристики: ценности и жизненная позиция, образ жизни и мотивация покупки

Критерии сегментирования		Эффективность от использования	
		Могут оценить эффект	Не могут оценить эффект
Известность марки	важна	*"Вовлеченные консерваторы"*	*"Не вовлеченные консерваторы"*
	не важна	*"Вовлеченные новаторы"*	*"Не вовлеченные новаторы"*

С примером описания покупателей каждого сегмента можно ознакомиться в методике описания целевой аудитории рынка.

Шаг шестой: Оценка размере и потенциала сегментов

После того, как Вы разбили рынок на сегменты и описали их, необходимо оценить привлекательность сегмента для Вашей компании. Для этого решите три задачи:

1. Определите текущий размер (емкость) каждого сегмента
2. Оцените потенциал и перспективы развития каждого сегмента
3. Оцените конкурентоспособность и возможности роста товара компании в сегменте

Шаг седьмой: Выбор целевых сегментов рынка

Завершающий этап процесса сегментации рынка, на котором вы должны выбрать одну из 5 основных стратегий целевого маркетинга. Читайте о них подробнее в статье Понятие целевого сегментирования в маркетинге[2].

Задание:

Используя представленную методику проведите сегментацию потребителей/рынка для строительства нового отеля. Выберите самостоятельно регион и метод расположения отеля.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

2 http://powerbranding.ru/segmentirovanie/potrebitelskii-rynok/

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 3. Продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
3. Тема 3.1. Управление структурой ассортимента

Цели занятия.

- сформировать представление о теоретических основы методов исследования рынка,
- изучить организации продажи и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания,
- заложить основы понимания определения перспективных направлений исследований рынка индустрии туризма и гостеприимства

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Цели и задачи управления товарным ассортиментом.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Система управления товарным ассортиментом.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Управление структурой ассортимента.
Форма практического задания: решение практических задач.
Пример задачи для решения:
Задача. В целях укрепления позиции на рынке руководство отеля приняло решение расширить перечень дополнительных услуг. Перед службой логистики была поставлена задача усиления контроля за реализацией дополнительных услуг. Необходимо провести анализ ассортимента дополнительных услуг по методам **ABC** и **XYZ**, в результате чего распределить дополнительные услуги по группам и сформулировать соответствующие рекомендации по управлению сбытом.

Исходные данные

Номер услуги	**Выручка за год по дополнительной услуге, руб.**	**Выручка за квартал, руб.**			
		I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
1	15300	4000	3700	3500	4100
2	1280	240	300	340	400
3	2400	500	600	400	900

Номер услуги	Выручка за год по дополнительной услуге, руб.	Выручка за квартал, руб.			
4	7800	3300	1000	1500	2000
5	320	50	70	180	20
6	1880	450	490	460	480
7	4940	1400	1040	1200	1300
8	6900	400	1600	2000	2900
9	14300	3600	3300	4000	3400

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 3. Продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 3.2. Разработка нового продукта
3. Цели занятия.

- сформировать представление о теоретических основы методов исследования рынка,
- изучить организации продажи и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания,
- заложить основы понимания определения перспективных направлений исследований рынка индустрии туризма и гостеприимства

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Генерирование идеи продукта для избранного ранее целевого рынка.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Оценка степени новизны продукта, определение его отличительных особенностей и преимуществ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Разработка нового продукта
Форма практического задания: решение кейс-задания.
Кейс-задание: Разработка продукта в компании Мариотт.
Несмотря на быстрый рост компании Мариотт в середине 80-х годов, ее руководство поняло, что ему не удастся сохранить и дальше 20%-ный годовой рост доходов. Более того, темп роста

дорогостоящего сегмента рынка замедлится на 2% в год в конце 80-х годов. Также менеджеры компании поняли, что дальше будет сложнее найти недорогостоящие места для размещения будущих отелей, хотя планировалось строить от 80 до 90 тыс новых номеров. Таким образом, компания встала перед выбором между дальнейшим замедлением темпов своего роста и сворачиванием своих проектов, несмотря на высокий уровень загруженности в собственных отелях (80%). Компания выбрала путь продолжения своего роста через захват новых сегментов рынка размещения.

После запуска нового продукта, концепции Кортярд, (три отеля в 1983 г) количество отелей этой концепции достигло теперь более двухсот.

Разработка своего нового продукта Кортярд со стороны компании Мариотт является хорошим примером применения многовариантного статистического анализа для разработки нового продукта в индустрии гостеприимства. Результаты исследования подсказали компании Мариотт занять нишу на рынке отелей среднего класса, а концепция Кортярд послужила катализатором в процессе реструктуризации гостиничной индустрии и среднего ценового уровня Северной Америки (от 35 до 60 долл. за ночь за комфортабельный номер)

В прошлом свои новые отели компания в основном строила для бизнесменов и участников разных конференций, готовых платить от 70 до 90 долл. за ночь за относительно просторный номер и сравнительно хороший сервис в комфортабельных отелях, находящихся в крупных городах.

При разработке концепции Кортярд компания Мариотт придерживалась следующих трех критериев:

создание уверенности в том, что новая концепция предлагает клиентам хорошую стоимость,

минимизация предложения со стороны других собственных отелей;

построение такой позиции на рынке, которая обеспечила бы управление значительным конкурентным преимуществом.

Процесс разработки продукта состоял из следующих этапов.

- отбор команды для разработки продукта;
- анализ окружающей среды и конкурентов;
- анализ клиентуры;
- генерация идей;
- утончение продукта;
- позиционирование продукта;
- мониторинг результатов.

Отбор команды для разработки продукта проводился по двум критериям: во-первых, команда должна была иметь маленький размер для сохранения эффективного функционирования и сочетать знание с опытом; во-вторых, команда должна была включать специалистов, уже успевших создать хороший продукт, и чей энтузиазм мог бы преодолеть сложности и барьеры.

Анализ окружающей среды и конкурентов основывался на традиционном на Западе подходе SWOT (первые буквы английских слов strengths, weaknesses, opportunities, threats и на русском - соответственно сила, слабость, возможности, угроза) и заключался в исследовании конкуренции во всех сегментах рынка, включая отелей всех ценовых категорий. Анализ обнаружил неудовлетворенный спрос и на рынке отдыха, и на рынке бизнес-путешествий для дешевого гостиничного продукта по цене на 2 или 3 долл. ниже традиционного продукта компании Холидей Инн.

Анализ клиентуры был обширным и представлял собой проведение собеседований с целевыми группами, а также изучение сегмента клиентов, чей годовой доход превышает 300 тыс. долл. в год. Одной из главных находок анализа являлась категоризация клиентов по двум основным видам, а именно "желающих безопасность" (хотят безопасный замок на двери, хорошее освещение коридоров, надежную пожарную безопасность) и "желающих функциональные номера" (хотят номер, удобный и для бизнеса, и для социальной деятельности).

Собранная информация из двух вышеназванных этапов использовалась в процессе генерации идей, когда с помощью "мозговой атаки" находился возможный продукт для дальнейшего исследования.

Фаза утончения продукта - также обширный процесс, его целью является нахождение оптимального, с точки зрения клиентов, комплекса качеств и атрибутов в новом продукте. Исследование проводилось среди 601 клиента, выбранных из четырех крупных городов - Атланта, Даллас, Сан-Франциско и Чикаго (США). От каждого респондента требовалось выбрать наилучший среди 150 атрибутов, связанных с ценой продукта. Исходя из этой стадии, Мариотт составила основную концептуальную схему продукта, которая удовлетворяла следующим критериям:

- он должен быть нацелен на сегмент рынка с ценой среднего уровня;
- он должен быть относительно маленького размера (150 номеров или меньше);
- он должен предлагать неограниченное меню и неменьший уровень вежливого обращения, чем конкуренты;
- он должен быть стандартизованным продуктом в группах (т. е. от пяти до восьми отелей в одной зоне);
- имя Мариотт должно использоваться для узнавания.

В 1982 г. был разработан первый прототип продукта с использованием передвижной стены. Клиентам предлагалось высказать свою позицию по трем конфигурациям комнат. Полученная информация о занимаемой позиции клиентов в отношении длины комнаты дала возможность рекомендовать компании Мариотт проводить корректировку, которая позволила бы сэкономить 80 тыс. долл. при строительстве каждого отеля

Далее Мариотт подготовила сообщение о позиционировании продукта для новой концепции. Из этого сообщения вытекало, что только названный продукт Кортярд будет обслуживать бизнес-путешественников, которые хотят располагаться в отелях по новым ценам и с последовательно высоким уровнем обслуживания, а также людей, путешествующих для удовольствия и которые хотят комфортный номер.

Первым рынком для апробации нового продукта компании Мариотт - Кортярд был г. Атланта, где первые три отеля этой концепции были открыты в 1983 г. Одноместные номера стоили 48 долл. за ночь против 57 долл. за ночь в ближайших отелях компании Холидей Инн. Последние пробы на рынке послужили к наведению последних штрихов в новом продукте. Например, были сокращены размеры номеров, а двери шкафов переделали так, чтобы они открывались вовнутрь шкафа. Уровень загруженности в первые шесть месяцев деятельности составил 90%.

В заключение был проведен мониторинг результатов. И по настоящий день Мариотт последовательно держит руку на пульсе реакции рынка на малейшие изменения концепции Кортярд.

Как отмечалось выше, фаза утончения продукта очень большая, что связано с большой исследовательской работой, проводящейся в компании Мариотт, которая использовала разные исследовательские приемы, такие, как анализ с помощью объединения (использовался для определения относительной важности разных предпочтений, которые клиенты отдают при принятии решений, например при продаже автомобилей из трех разных цветов более предпочтимым оказывается белый цвет, чем красный и зеленый цвета соответственно), мульти-размерное шкалирование, многовариантный анализ групп (оба связаны с демографическими и физиологическими характеристиками использования тех или иных отелей).

При решении кейса необходимо дать ответы на следующие вопросы:

Существует ли достаточный спрос для новой гостиничной концепции, нацеленной на сегменты бизнес-путешествий и отдыха, для удовлетворения задач роста и финансовой отдачи?

В чем заключается наилучшее позиционирование для новых отелей?

Какую комбинацию нужно предлагать для показателей разных отелей и видов услуг?

Какой должна быть стратегия ценообразования для номеров в новых отелях?

Какой должна быть стратегия размещения на местности для новых отелей?[3]
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 4. Ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 4.1. Методы ценообразования
3. Цели занятия.

- заложить основы понимания методов ценообразования, ориентированных на конкурентов,
- сформировать представление о разработке политики дифференциации цен (по форме обслуживания, сезонам, дестинациям, качеству, количеству услуг).

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность и функции цены как экономической категории.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Методы ценообразования, ориентированные на издержки (затратные методы ценообразования).	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Методы ценообразования
Форма практического задания: решение ситуационных задач.
Ситуационная задачи:
Задача 1. Вы только что приняты на работу менеджером туристской фирмы. Директор попросил вас рассмотреть цены на предлагаемые фирмой продукты и определить, нуждаются ли они в изменении.
Вопрос и задание:
Как бы вы решили эту задачу?
Ответ аргументируйте с теоретических позиций.
Приведите практические примеры.

Задача 2. Проведите исследование цен на аналогичные турпродукты, предлагаемые турфирмами (воспользуйтесь рекламными материалами в прессе).
Вопросы и задания:

3 https://tourlib.net/books_tourism/papiran_men91.htm

Сделайте анализ и выявите, существует ли система формирования цен в разных туристских предприятиях. Как вы считаете, какой из методов ценообразования они используют?[4]

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 4. Ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 4.2. Ценовая стратегия
3. Цели занятия.

- заложить основы понимания методов ценообразования, ориентированных на конкурентов,
- сформировать представление о разработке политики дифференциации цен (по форме обслуживания, сезонам, дестинациям, качеству, количеству услуг).

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Выбор модели формирования цены на продукт.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Калькуляция себестоимости продукта, определение маржи.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Ценовая стратегия
Форма практического задания: решение ситуационных задач.
Ситуационная задачи:
Задача 1. Туристская фирма «Триумф» проводила в жизнь агрессивную стратегию низких цен и завоевала значительную долю рынка, но попала сразу в три «капкана»:
1) низкого качества;
2) недолговечности доли рынка;
3) мелкого кармана.
Вопросы и задания:
1. Можете ли вы объяснить, что представляют собой эти три «кап-кана»?
2. В каких условиях оказывается эффективной стратегия цен проникновения на рынок.
3. Дайте сравнительную характеристику стратегий «снятия сливок» и цен проникновения на рынок.
4. Приведите примеры эффективного использования стратегии престижных цен в практике работы отечественных туристских предприятий. Убедитесь сами и докажите, что вы привели хорошие примеры.

Задача 2. На процесс ценообразования в сфере туризма оказывает влияние ряд особенностей.
Задание:

4 https://ввгу.рф/files/B254BBC5-F515-4F98-9EE7-B92DBA452426.pdf

Приведите примеры применения этих особенностей в практике работы отечественных турфирм[5].

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 5. Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 5.1. Сбытовая система предприятий индустрии туризма и гостеприимства
3. Цели занятия.

- изучить основные политики сбыта туристических предприятий,
- раскрыть сущность понятия проработки основных условий соглашения.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Виды, функции каналов сбыта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Сбытовая система предприятий индустрии туризма и гостеприимства
Форма практического задания: решение ситуационных задач.
Ситуационная задачи:
Задача 1. Туристская компания «Миг-вояж» является классическим туроператором. Среди направлений, предлагаемых компанией, Египет (отдых, экскурсионные туры, любые индивидуальные программы), Италия (отдых на курортах Римини и Чезенатико, классическая и экскурсион-ные программы), Греция.
«Режим наибольшего благоприятствования для агентств» — вот принцип, которого строго придерживается компания в своей работе. Все турагенты после заключения договора о сотрудничестве ставятся получателями факс-бюллетеней, в которых, помимо прайс-листов, содержатся оперативные сведения о курортах (вплоть до температуры воздуха и воды), информация о наличии мест на ближайшие заезды, изменения консульских требований и т.д. То, от чего приходят в восторг региональные партнеры, — это принцип «обратного звонка», который компания «Миг-вояж» стала пользовать в международных телефонных разговорах. Турагенту достаточно позвонить в компанию, представиться, назвать номер телефона и

5 https://ввгу.рф/files/B254BBC5-F515-4F98-9EE7-B92DBA452426.pdf

сказать: «Обратный звонок, пожалуйста». И менеджеры компании сами перезвонят агенту, так что дальнейшее общение по международной линии будет происходить за счет туроператора.

Вопросы и задания

1. Охарактеризуйте канал сбыта, используемый компанией «Миг-вояж». В чем его достоинства и недостатки?
2. Какие еще каналы сбыта туристского продукта вы знаете? Дайте им характеристику.
3. Какими критериями вы бы руководствовались при выборе турагента?
4. В чем заключаются особенности работы компании «Миг-вояж» с турагентами? Какие еще приемы установления взаимоотношений с турагентами вам известны?

Задача 2. Каким образом научно-технический прогресс изменит каналы сбыта услуг в сфере туристского бизнеса? Дайте развернутый ответ.

Задача 3. В чем состоят главные различия между каналами сбыта компании, производящей товары в материальной форме, и фирмы, занимающейся туристским бизнесом?[6]

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 5. Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства
   Тема 5.2. Разработка сбытовой политики
3. Цели занятия.

- изучить основные политики сбыта туристических предприятий,
- раскрыть сущность понятия проработки основных условий соглашения.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Выбор типа сбытовой политики, каналов сбыта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Определение возможных посредников: туроператоров, турагентов (требования к их специализации, территориальному размещению).	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Разработка сбытовой политики

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание: «Продвижение бизнес-отеля».

Целькейса–
формированиепрофессиональныхзнанийиуправленческихкомпетенцийбакалавровпоразработкекомплексамаркетинговыхмероприятийпопозиционированию,развитиюипродвижениюбизнес-отелявг.Москва.

Вкейсепредставленыосновноесодержание,аннотация,кейс-

6https://ввгу.рф/files/B254BBC5-F515-4F98-9EE7-B92DBA452426.pdf

ситуация,вопросыдляобсуждения,списокрекомендуемойлитературы.

ОПИСАНИЕ СИТУАЦИИ

Бизнес корпус отеля Crowne Plaza Moscow WTC был построен в 1980 г, но полная реновация всех его номеров завершилась в 2018 г. Благодаря этому здание объединяет историческую и архитектурную значимость с современным комфортом, предлагая всё необходимое для плодотворной работы и полноценного отдыха, в сочетании с полным спектром услуг бизнес-отеля 5*.Премиальный Клубный корпус был построен в 2011 году с учетом всех современных решений в планировке и дизайне пространств. Высокие потолки, панорамное остекление, увеличенная площадь номеров и авторская итальянская мебель служат отличной оправой для предоставляемого гостям сервиса высочайшего уровня.

Услуги:

Для всех гостей Бизнес корпуса предоставляется:

- Высокоскоростной беспроводной Wi-Fi без оплаты;
- Бесплатная парковка;
- Услуги хранения багажа и консьерж-сервис;;
- Круглосуточное ресторанное обслуживание в номерах;
- Доступ в фитнес-зал.

В дополнение к остальным услугам отеля, для гостей Клубного корпусапредоставляется:

- Доступ в Клубный Лаунж с включенным завтраком и ужином;
- Высокоскоростной беспроводной Wi-Fi без оплаты;
- Отдельная стойка для быстрой регистрациии индивидуального подхода к гостям;
- Бесплатная парковка;
- Доступ в фитнес-центр WTC Fitness с бассейном, сауной,джакузи, хаммамом и ультрасовременными тренажерами;

Местоположение:

Отель является неотъемлемой частью Центра международной торговли Москвы (ЦМТ) – одного из крупнейших многопрофильных бизнес- комплексов России.

До Crowne Plaza легко добраться на автомобиле со стороны Третьего Транспортного Кольца или улицы Новый Арбат. В непосредственной близости находится сердце бизнес-жизни столицы - Москва-Сити. До ближайших станций метро – «Улица 1905 года», «Деловой центр» или «Выставочная» - можно немного прогуляться пешком или воспользоваться регулярными маршрутами общественного транспорта.

Также отель является частью Центра международной торговли и находится на Краснопресненской набережной, всего в 10 минутах ходьбы по живописной набережной от Экспоцентра. В дни выставок между гостиницей и территорией Экспоцентра курсирует бесплатный шаттл.

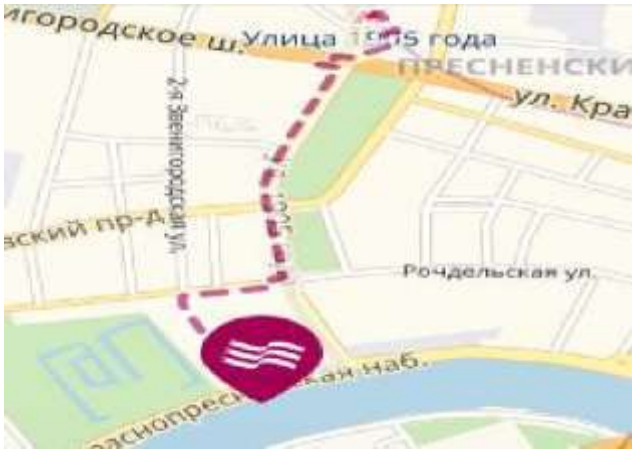


Рис.1 Месторасположение отеля.

Номерной фонд:

В отеле 724 элегантных номера, в том числе 149 клубных комнат повышенной комфортности с роскошными панорамными видами на город.

Таблица 1. Номерной фонд.

Тип номера		Цена за одну ночь, RUB
Стандарт	Бизнес Номер	8 730
	Номер Делюкс	10 476
Suite	Номер Люкс Для Некурящих СБольшой Кроватью	19 206
	Роскошный Клубный Студио Для Некурящих С Большой Кроватью	19 206
	Luxurious Presidential Suite Nonsmoking	242 500
2 кровати	Бизнес Номер Для Некурящих С 2 Кроватями	8 730
1 кровать	Бизнес Номер Для Некурящих С 1Большой Кроватью	8 730
	Клубный Номер Для Некурящих СБольшой Кроватью	10 476

IHG Rewards Club:

В 2018 году сеть отелей Crowne Plaza включили в в единую всемирнуюпрограмму лояльности IHG Rewards Club.

Pets Friendly:

Размещение гостей с домашним животными разрешено при наличии ветеринарных документов установленного образца (справка от ветеринарного врача с отметкой обо всех прививках). Стандартный депозит за размещение питомца составляет 10 000 руб.

Динамика численности и производительности труда:

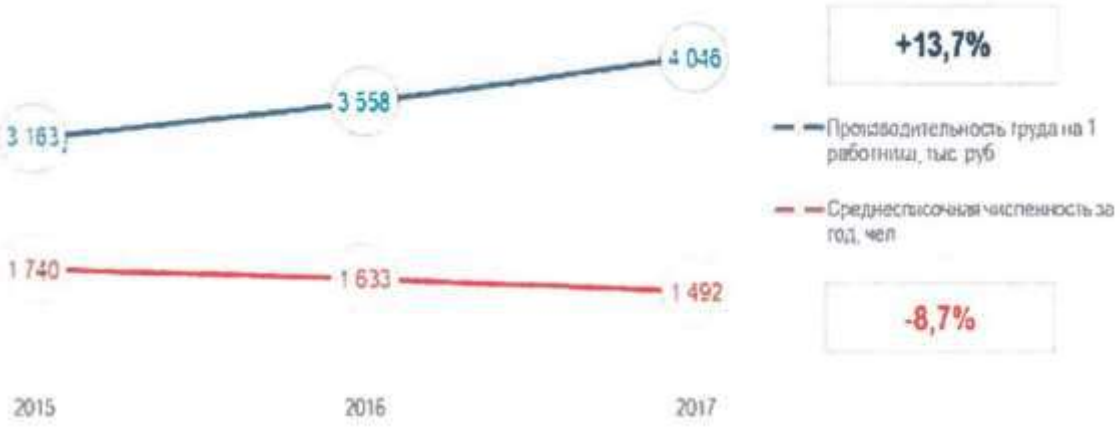
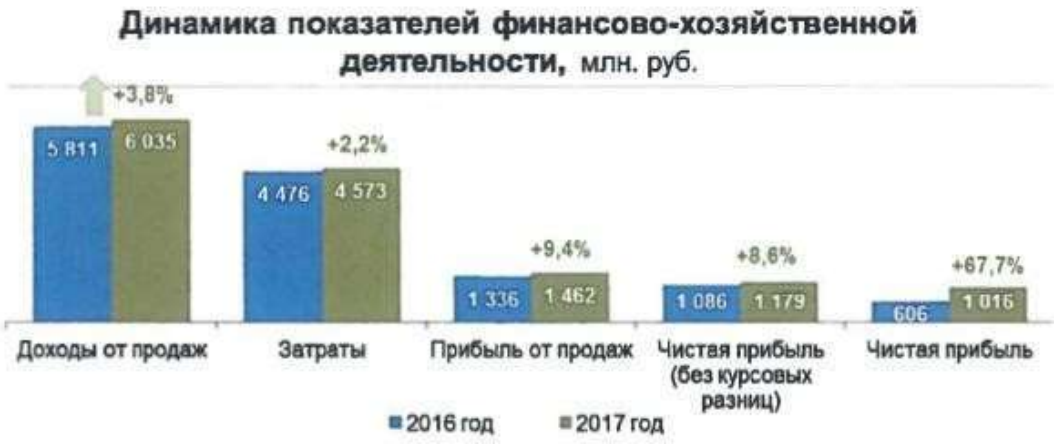


Рис. 2. Численность и производительность труда.

Рис. 3. Категории работников.

На рисунках 2 и 3 видно, что хоть численность работников Crowne PlazaMoscow WTC и снижается, по словам самого отеля, их производительность растет. Средний возраст работников составляет 46 лет, среди них 48% женщини 52% мужчин. Руководители занимают от общего числа сотрудников 11 %, специалисты- 40% и рабочие -49%, что характеризует гармоничное соотношение между категориями сотрудников.

Финансовые показатели:



Анализ факторов и условий, влияющих на деятельность отеля:

- 2018-й год был рекордным по росту, что связано с проведением Чемпионата мира по футболу. Однако турпоток будет расти и в 2019 году и предположительно составит

27,6 миллионов человек.

- Вместе с тем, большинство предпринимателей зачастую отмечает пониженный уровень клиентского спроса. Результатом низкого потребления становится резкое сокращение расходов на содержание гостиниц и, как следствие, ухудшение качества обслуживания. На сайте booking.com можно увидеть очень большое количество плохих отзывов, связанных с непрофессиональным отношением со стороны персонала отеля. Самые частые замечания получают охранники и работники ресепшена.
- Также поступает много жалоб на грязь, некачественные и старые полотенца и постельное белье, а также непродуманную систему вентиляции: окна в номерах не открываются, а зимой происходит подачатолько теплого воздуха.
- В 2018 году в Crowne Plaza проводился косметический ремонт, однако был выполнен некачественно и направлен не на те вещи, которые не нравились гостям.
- За 2018 год в Москве открылось несколько новых отелей, некоторые из них окажут непосредственное влияние на Crowne Plaza Moscow World Trade Centre и существующий «портфель клиентов», а именно: 379 номеров гостиницы «Рэдиссон Блю Олимпийский», 228 номеров гостиницы «Pentahotel Арбат». Проблемой является агрессивная маркетинговая и ценовая политика конкурентов. Новые игроки рынка зачастую применяют ценовой демпинг.
- Отель слабо представлен в социальных сетях.

Вопросы и задания для обсуждения:

1. Опишите сильные и слабые и стороны данного гостиничногокомплекса.
2. Какие дополнительные мероприятия можно проводить в гостиничном комплексе.
3. Как расширить сферу предоставляемых услуг.
4. Как повысить осведомленность потребителя о существованиикомплекса и повысить узнаваемость бренда.
5. Предложить комплекс мероприятий по продвижению.
6. Проанализировать ценовую политику гостиничного комплекса,выявить сильные и слабые стороны.
7. Оцените логотип и слоган отеля, опишите преимущества и недостатки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 6. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве
   Тема 6.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций
3. Цели занятия.

- сформировать представление о компонентах фирменного стиля гостиничного предприятия,
- ознакомиться с разработкой базового рекламного обращения, рекламного слогана.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие маркетинговых коммуникаций и особенности	Информационная

	формирования коммуникационной политики в индустрии туризма и гостеприимства, в том числе реклама, связи с общественностью, пропаганда, фирменный стиль.	лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Функции рекламной кампании.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Задачи, виды и средства рекламы, применяемые в индустрии туризма и гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Инструменты маркетинговых коммуникаций
Форма практического задания: решение ситуационных задач.
Ситуационная задачи:
Задача 1. Во всем мире все большей популярностью пользуется сельский «зеленый» туризм, или агротуризм. Только в Германии бюджет получает ежегодно около 1 млрд марок в качестве отчислений от сельского «зеленого» туризма. Моду на этот вид туризма подтверждают и опросы общественного мнения. Для граждан СНГ этот вид туризма – совершенно новый и необычный. Он представляет собой активный отдых на природе, в сельской местности, с проживанием в отдельных коттеджах или в домах местных жителей. В Латвии государственный департамент туризма призвал крестьян развивать подобный туризм, а среди горожан принялся рекламировать этот вид отдыха. Воодушевленные призывом жители местности бросились приводить в порядок дома и хутора к приему гостей, а частные турфирмы выпустили несколько каталогов, объединяющих данные об этом виде туризма. Например, в каталоге фирмы «Апзо» – более 50 фотографий крестьянских домов, и перечень пяти услуг, которые будут оказаны в этих домах туристам. Уже три года все большее число турфирм к началу летнего сезона выпускает справочники. Один из последних называется «Сельский отдых в Латвии» фирмы «А». В этом каталоге — подробный иллюстрированный рассказ о 44 латвийских домах, хуторах и фермах в лесу, на берегу озера или моря. Хозяева щедры на выдумку в описании услуг: деревенская банька, дегустация домашнего пивка, катание на лошадях, ловля больших карасей в «фамильном» пруду. Рыбацкий хутор предлагает ночную рыбалку сетями в море, а семья мельника приглашает отдыхать на экзотической старинной скрипучей мельнице, стоящей у заросшего лилиями озера. Кого-то привлечет «ежедневно – парное молоко и деревенский хлеб с медом», а кого-то – «приятные вечера с щами в домашнем кругу под настоящий граммофон». В Европе, особенно в Германии, Австрии, странах Скандинавии, фермерский туризм популярен уже более четверти века. Но поклонникам этого вида отдыха в цивилизованной Европе тесно, не хватает первозданности природы, нет чувства уединенности. Поэтому и устремляют свой взор

европейцы на страны вроде Латвии. И на нас бы обратили внимание. Только мы и сами в деревне не отдыхаем, и иностранцев не приглашаем. А они, помешанные на экологическом туризме, ринулись бы в районы, незатронутые, естественно, Чернобылем. В Латвии поток иностранных туристов уже такой, что хозяева хуторов учат английский. А в целом в Европе, по данным Европейского института туризма, половина всех туристов готовы платить на 20% больше за то, чтобы проводить отпуск в экологически чистой окружающей среде. Как нельзя более отвечают этому требованию многие места Беларуси.

Вопросы и задания

I. Оцените перспективы развития агротуризма в республике.

2. Предложите турпродукт, наиболее привлекательный, на ваш взгляд, для жителей крупных городов республики.

3. Предположим, что ваше туристское предприятие решило внедрить разработанный вами турпродукт. Для этого необходима соответствующая коммуникационная стратегия. Ваши предложения по ее разработке?

Задача 2. Основные элементы маркетинговых коммуникаций отличаются друг от друга по возможностям достижения эффективности, степени привлечения внимания и другим важным аспектам.

Задание:

Дайте характеристику каждого элемента маркетинговых коммуникаций с учетом их достоинств и недостатков[7].

1. МАРКЕТИНГ УСЛУГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ
2. РАЗДЕЛ 6. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве
   Тема 6.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии
3. Цели занятия.

- сформировать представление о компонентах фирменного стиля гостиничного предприятия,
- ознакомиться с разработкой базового рекламного обращения, рекламного слогана.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Изучение и анализ образцов рекламной продукции турфирм и конкретных турпродуктов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

7 https://ввгу.рф/files/B254BBC5-F515-4F98-9EE7-B92DBA452426.pdf

2	Формулирование конкретных целей, выбор направлений коммуникации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Определение способов продвижения своего продукта и их соотношения в promoution-mix.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии

Форма практического задания: решение кейс-задания

Кейс-задание: Разработка рекламной кампании курортного комплекса «Гамма»:

Постановка целей рекламной кампании курортного комплекса «Гамма»:

1.увеличение загрузки в межсезонье;

2.повышение имиджа отеля.

Определение задач рекламной кампании:

1.стимулирование турагентств в межсезонье по загрузке отеля;

2.увеличение дохода за счѐт реализации услуг местной аудитории;

3.реализация программ по развитию туризма (семинары, форумы, конференции);

Целевые группы воздействия:

дипломатические представительства и международные организации;

1. представительства и филиалы иногородних банков, промышленные предприятия, имеющие связи с зарубежьем и другими регионами, филиалы и представительства иногородних и зарубежных компаний; иностранные и российские туристы;выставочные компании и консалтинговые фирмы;

2. научные институты;

3. местная аудитория.

Задачи рекламной кампании для покупателей в лице крупных фирм, участвующих в больших деловых мероприятиях (форумы, конгрессы, деловые встречи на высшем уровне):

- стимулирование продаж;
- повышение имиджа отеля как идеального места для деловоготуризма;
- разработка элементов фирменной символики для определѐнныхгрупп: майки, папки, ручки, кепки и т.п.

Задачи рекламной кампании для российских и иностранных туристов:

- привлечь внимание к отелю через наружные средства рекламы;
- возможность воспользоваться услугами бара, кафе, проживания вномерах (уик-энды) и ресторана.

Составьте бюджет рекламной компании в таблице 1.

Таблица 1

Бюджет рекламной кампании курортного комплекса «Гамма»

№п/п	Статьи затрат на рекламоносители	Сроки исполнения	Стоимость, в тыс.руб.
1.	Выставки	Январь, февраль, март, сентябрь, октябрь	
2.	Рекламе в прессе	В течение года	

3.	Реклама на радио	По отдельному плану	
4.	Директ-мейл	В течение года	
5.	Полиграфия, сувениры	В течение года	
6.	Наружная реклама	К сезону	
7.	Размещение рекламы на известных Интернет-порталах	В течении года	
8.	Презентации, фестивали и другие крупные мероприятия PR	По календарному плану	
Итого:			

Конъюнктура рынка в 20___ году была очень благоприятной. Это создало стабильную среду для эффективного воздействия рекламных мероприятий. Отдача от рекламы также наблюдалась. При росте стоимостных показателей сбыта дополнительные вложения в рекламу оправданы и доходны.

Участие курортного комплекса «Гамма» в международной выставке MIIT-2015 и на сочинской выставке «Курорты и туризм-2015» способствовало эффективному продвижению торговой марки отеля и предоставляемых услуг, а также повысить уровень его привлекательности и создать тем самым необходимый избыток спроса на турпакеты. Практика показывает, что наибольшая эффективность продвижения и продаж турпакетов достигается при участии в составе консолидированного стенда региона на крупнейшей туристской бирже России - MIIT.

Результаты от участия в выставке «Курорты и туризм» в январе 2015 года также положительно сказались на продвижении отеля.

На выставках есть реальная возможность пустить в ход весь арсенал рекламных средств, начиная от рекламно-информационных листков и заканчивая рассказом об отеле из первых уст от генерального директора в рамках семинаров, пресс-конференций и интервью СМИ, проводимых во время работы выставок.

Цель печатных СМИ - имиджевое воздействие на туроператоров, турагентов. Реклама в прессе включает такие издания как газеты, журналы, справочники, каталоги. При выборе конкретного издания учитывается:

1) тираж;
2) периодичность;
3) специализация издания;
4) характер рекламы.

Необходимо выбрать популярные, хорошо «раскрученные» издания. Для ежемесячных изданий эффективность рекламы высока при еѐ размещении в каждом номере. При этом следует чередовать имиджевую рекламу с рекламой тех или иных услуг.

Так, в специализированных изданиях, адресованных профессионалам турбизнеса и отдыхающим - «Туринфо», «Вояж», «Туризм: практика, проблемы, перспективы», «Туристский бизнес», «Туризм и отдых» - рекламу следует приурочивать к началу сезона - май и в середине сезона для поддержания имиджа (табл. 2).

№п/п	Название издания	Стоимость публикации	Количество выходов	Сумма,в рублях
Газеты				
1. Центральные				
1.	«Российская газета»		6	
2.	«Комсомольская правда»		6	
3.	«Туринфо»		25	
	2. Московские			
4.	«Московский комсомолец»		2	

5.	«Коммерсант Дейли»		2	
	3. Региональные			
6.	«Кубанская неделя»		10	
7.	«Вечерний Ростов»		10	
8.	«Деловой Петербург»		2	
	4. Местные			
9.	«Черноморская здравница»		10	
Всего:				
Журналы				
10.	«Вояж»		1	
11.	«Туризм: практика, проблемы, перспективы»		1	
12.	«Туристский бизнес»		2	
13.	«Business Travel»		4	
14.	«Отель»		1	
Всего:				
Справочники, каталоги				
15.	«Курорты России»		1	
16.	«Отдых на Кубани»		1	
17.	«Российский туризм»		1	
Всего:				
Итого:				

Накануне сезона необходимо дать публикацию в местной прессе. Это может быть серия репортажей о готовности отеля к сезону, о новых программах отдыха для гостей, о работе отеля по повышению качества обслуживания. С целью привлечения деловых туристов подготовить статью о наличии конгресс-услуг в отеле, возможности организации деловых встреч.

Реклама на радио. Этот вид рекламы воздействует на широкую аудиторию и является эффективным способом по продвижению услуг отеля и его имиджа в целом. Радиореклама обладает такими преимуществами как широта охвата, избирательность, относительно недорогой вид рекламоносителя. Рекламный радиоролик для госткурортного комплекса «Гамма» можно проводить на различных радиостанциях как местных и региональных, так и популярных российских радиостанциях. Для «Гаммы» возможна реклама на радиостанции «Русское радио». Расходы на прокат радироликов на радиостанции приведены в табл. 3.

Таблица 3

Расходы на прокат рекламы на радиостанции «Русское радио»

№п/п	График выходов, месяц	Хроном.	Стоимость 1 выхода	Кол-во выходов	Стоимость, руб.
1.	Октябрь,	30			
2.	Ноябрь,	30			
3.	Декабрь,	30			
4.	Январь,	15			
5.	Февраль,	15			
6.	Май,	30			
Итого:					

В октябре, ноябре интенсивная реклама межсезонья. Количество выходов рекламного спота 3 раза в день (9 : 00; 10 : 00; 19 : 00). Стоимость изготовления 900 рублей.

Директ мейл. Прямая почтовая рассылка («direct mail»), распространение информационно-рекламных материалов на выставках - традиционно зарекомендовали себя как один из эффективных видов рекламы в туризме. Успех их состоит в рассылке материалов и специально подобранным адресам заинтересованным лицам и потенциальным покупателям. Этот метод имеет одно очень существенное преимущество - относительно минимальные затраты.

Этот вид рекламы используют для рассылки информации о различных предложениях в период межсезонья. Данный способ особенно привлекателен, так как постоянным и корпоративным клиентам, бизнес- туристам очень удобно узнавать о новинках в отеле именно через direct mail. Рассылки содержат предложения, оформленные на фирменном бланке, отправленные по интернету.

Печатная продукция. Один из наиболее существенных и важных средств рекламы при рекламе различных услуг является рекламная полиграфия. Полиграфия незаменима как один из видов наглядной агитации, сочетает в себе краткость и информативность, является одним из средств для проведения ряда рекламных акций.

Известно, что полиграфия необязательна для эффективной рекламы товаров, но крайне необходима при продвижении услуг. Принципиально важным здесь является присутствие единого фирменного стиля отеля и цветового решения. Тираж должен быть значительным для удовлетворения двухгодичных потребностей отелей. Более короткий срок (тираж) невыгоден, более длительный может потребовать досрочного внесения в проспект произошедших за это время изменений.

Годовая потребность в полиграфической продукции определяется частотой участия в выставках, размерами агентской сети отеля. Для «Гаммы» оптимальной партией буклетов, удовлетворяющей потребности в работе на 2 года - 1000 экземпляров. Изменяющаяся информация будет содержаться на специальном вкладыше и обновляться по мере необходимости (табл. 4).

Таблица 4

Виды рекламной полиграфии

№п/п	Наименование	Количество,тыс. Шт.	Стоимость,тыс.руб.
1.	Буклет	2	29,0
2.	Проспект	1	15,0
3.	Карманные календари	1	11,6
4.	Фирменный бланк	2	20,0
5.	Ручки с фирменной символикой	0,25	5,0
6.	Визитные карточки	0,7	1,4
7.	Фирменные конверты	2	8,0
8.	Визитка отеля	0,5	1,0
9.	Фирменные папки	1,5	15,0
10.	Специальные вкладыши	1	1,0
11.	Рекламный листок	2	24,0
Итого			131,0

Наружная реклама. Курортного комплекс «Гамма» размещает свою рекламу в аэропорту г. Краснодара, на железнодорожном вокзале Туапсе. Необходимо усилить воздействие рекламы, поместив информацию об отеле на указателях развилки дорог по пути следования к самому отелю и в центре города Туапсе. Стоимость такого указателя размером 1*0,5 м около 4350 рублей. Сроки представлены в табл. 5.

Таблица 5

Рекламная кампания курортного комплекса «Гамма»на 2016-2017 гг.

Этап проведения рекламной кампании	Сроки	Основные мероприятия	Виды рекламы
I	Сентябрь- ноябрь20___г.	Участие в выставке «Отдых-20___», Москва, Продвижение услуг в межсезонье	Стимулирующая
II	Декабрь 20__г.	Статьи в печатных изданиях	Убеждающая, имиджевая
III	Январь- февраль20__г.	Участие в выставках в Сочи и в Москве	Имиджевая
IV	Март 20___г.	Участие в МПТ	Имиджевая
V	Апрель-июнь20___г.	Заключение договоров на сезон 20___г.	Информационная

Задание:

1. Рассчитайте дополнительный доход от проведения рекламной кампании.
2. Рассчитайте прибыль от проведения рекламной кампании.
3. Рассчитайте рентабельность рекламной кампании.
4. Рассчитайте коэффициент возврата инвестиций EROI от проведения рекламной кампании.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

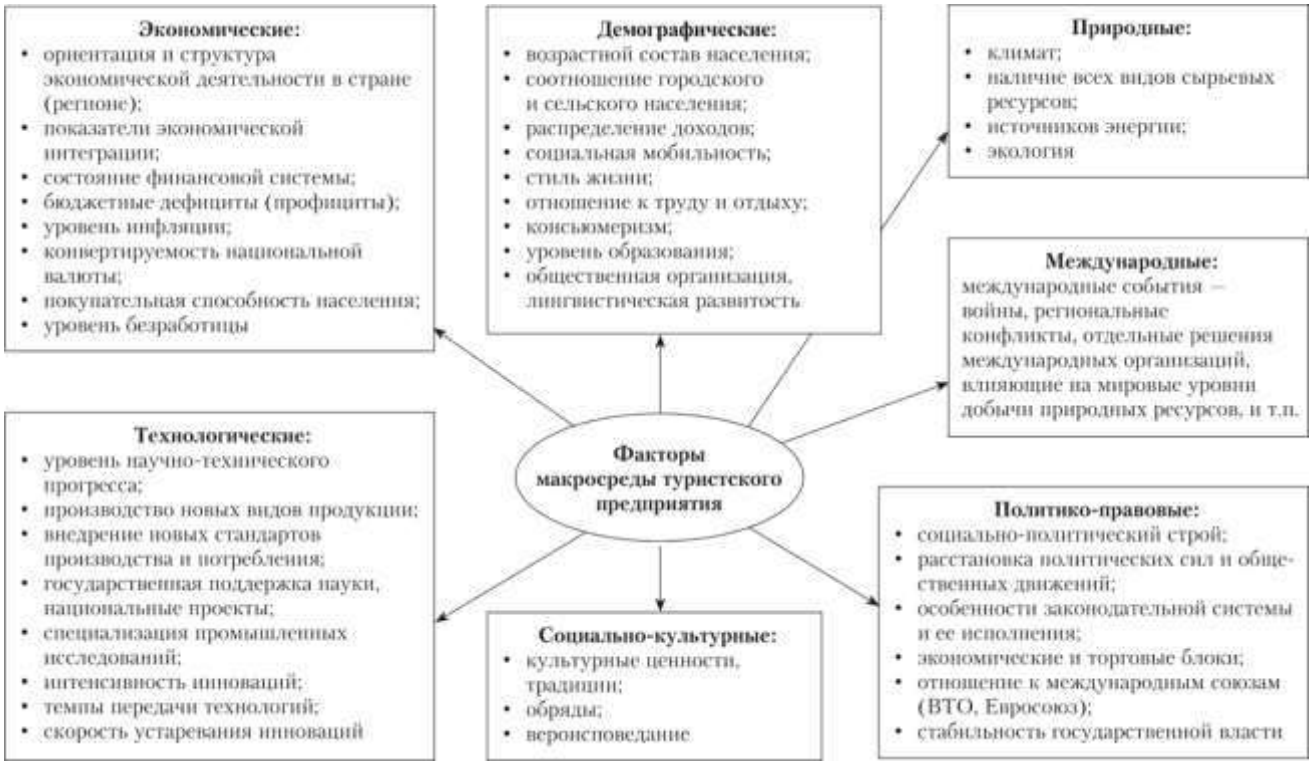
РАЗДЕЛ 1. Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 1.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Источник: https://xreferat.com/image/103/1307331701_2.jpg

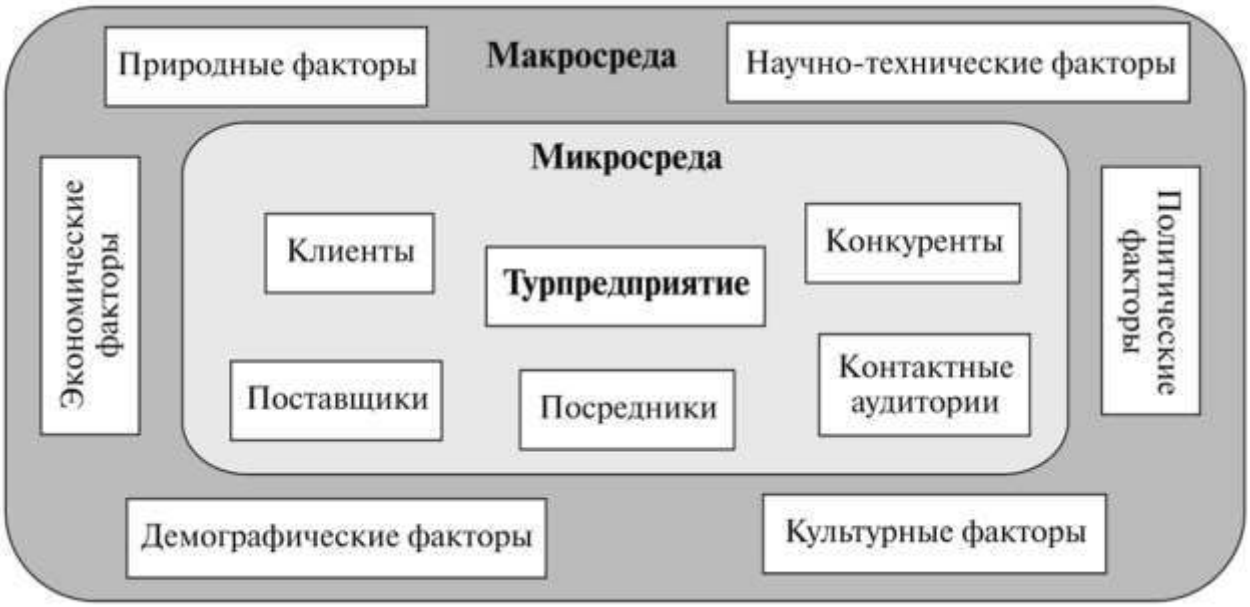
Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/images/skobkin3.jpg

Тема 1.2. Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства



Источник:

https://studme.org/166866/turizm/vneshnyaya_sreda_turistskogo_predpriyatiya_osnovnye_faktory_opredelyayuschie



Источник: https://studref.com/648426/turizm/marketingovaya_sreda_turistskogo_predpriyatiya

РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Поведение потребителей в индустрии туризма и гостеприимства: мотивация и ожидания

Источник:

https://bstudy.net/693029/turizm/povedenie_potrebiteley_industrii_turizma_motivatsiya_ozhidaniya

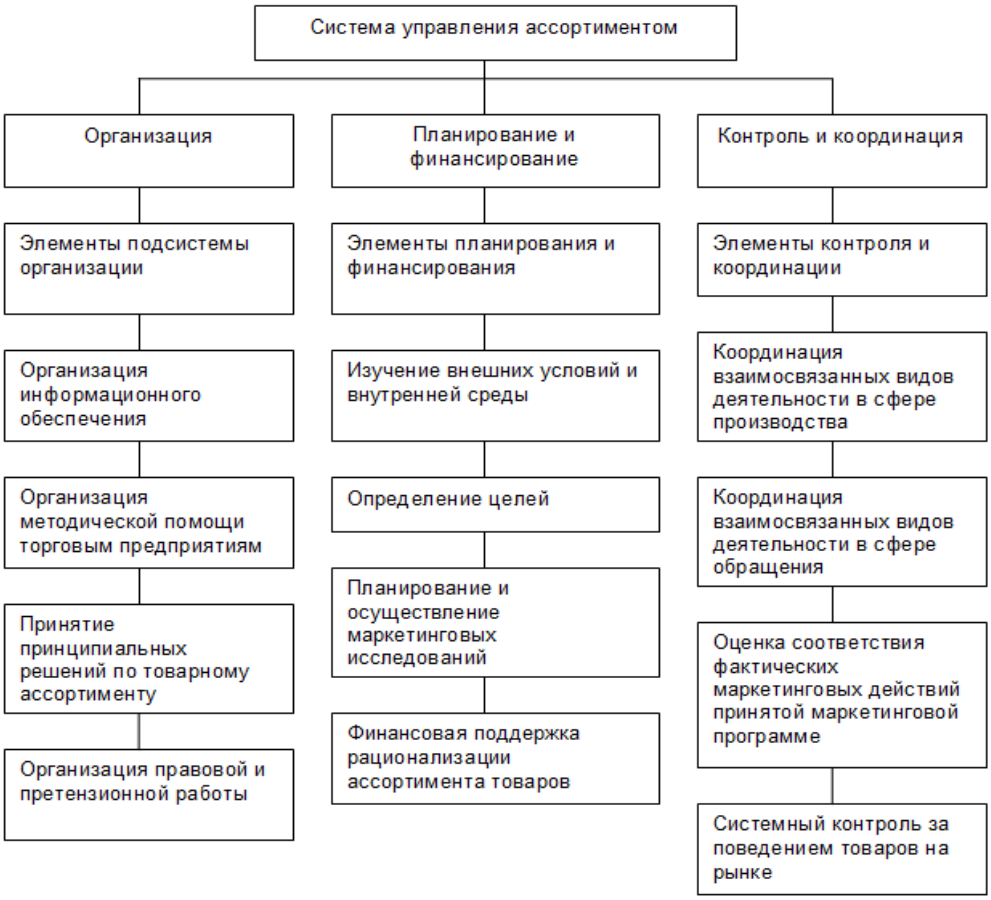
Тема 2.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков

Источник:

https://studme.org/170658/marketing/segmentatsionnyy_podhod_vyboru_tselevyh_rynkov

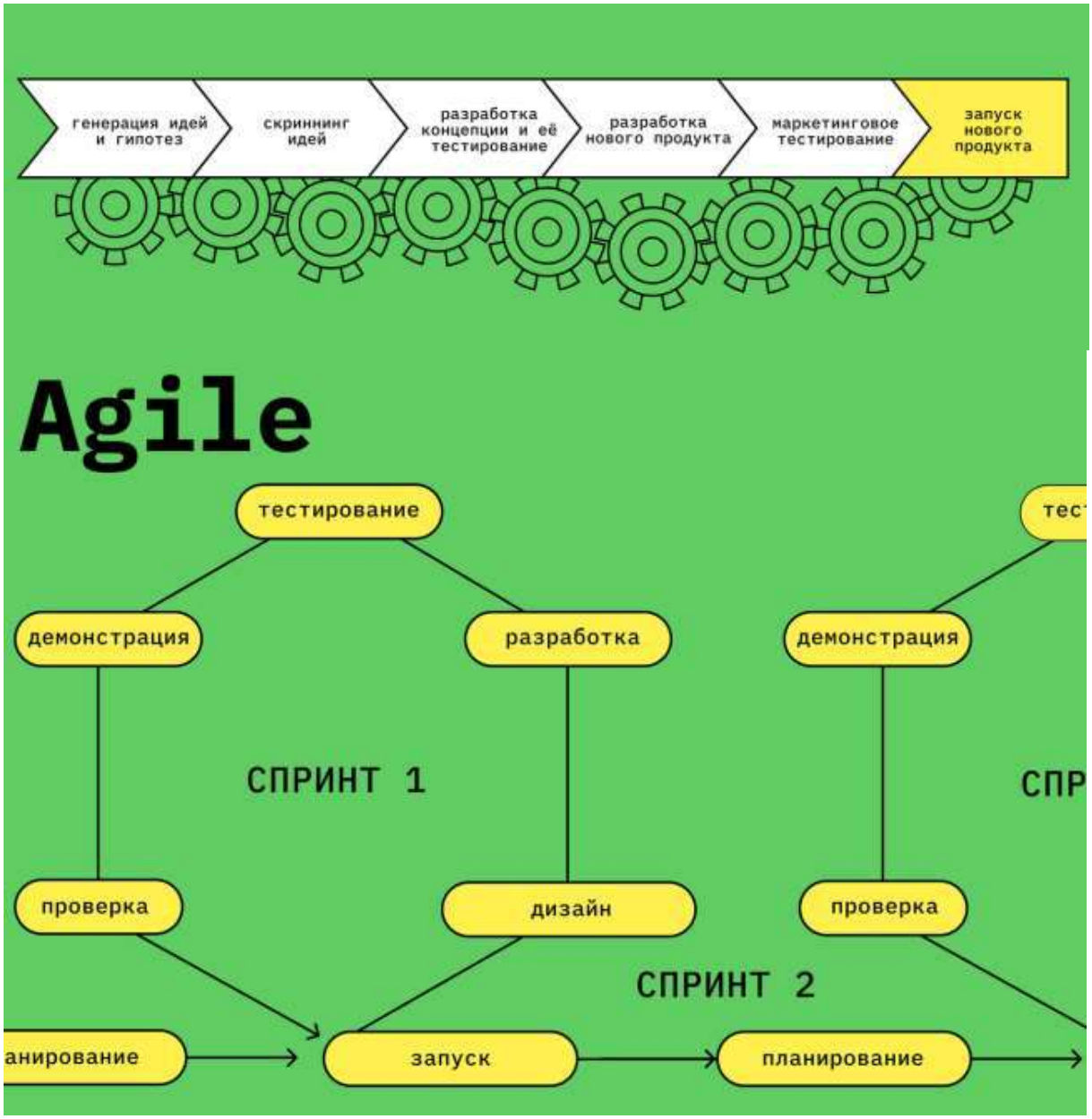
РАЗДЕЛ 3. Продуктовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 3.1. Управление структурой ассортимента



Источник: https://www.ekam.ru/blogs/pos/upravlenie-tovarnym-assortimentom

Тема 3.2. Разработка нового продукта



Источник: https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-new-product-development/

РАЗДЕЛ 4. Ценовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 4.1. Методы ценообразования

Методы ценообразования

Затратные методы	Рыночные методы	Параметрические методы
Метод полных издержек	Методы на основе воспринимаемой ценности: • расчет максимальной приемлемой цены; • расчет экономической ценности товара	Агрегатный метод
Метод прямых затрат		Метод удельной цены
Метод предельных издержек	Метод ориентированные на спрос: • на основании опроса; • метод аукциона; • метод пробных продаж.	Метод балльных оценок
Метод учета рентабельности инвестиций		Метод регрессионного анализа
Метод на основе анализа безубыточности	Метод ориентированные на конкурентов: • метод мониторинга конкурентных цен;. • метод конкурса.	

Методы ценообразования: главное

- Это способы рассчитать стоимость товара или услуги.
- Чтобы установить цену нужно определить цель, изучить спрос, рассчитать издержки на производство и реализацию, проанализировать конкурентов и выбрать метод ценообразования.
- Методы ценообразования бывают затратные, рыночные и параметрические (производственные).

Источник: https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-metody-cenoobrazovanie/

Тема 4.2. Ценовая стратегия

Совершенно неэластичный товар обладает коэффициентом, равным 0, относительно эластичный — <1 или >1, эластичный — 1, идеально эластичный — ∞.

Источник: https://rb.ru/opinion/pricing-strategy/

РАЗДЕЛ 5. Сбытовая политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Тема 5.1. Сбытовая система предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Экономический критерий	• Сравнение издержек и прибыли, которые будут иметь место при использовании различных каналов сбыта. Использование посредников оправдано в том случае, если они способны осуществлять деятельность по продвижению и реализации турпродукта (туруслуги) более эффективно и с меньшими затратами, чем туристское предприятие
Критерий управляемости	• Предусматривает необходимость сохранения контроля со стороны туристского предприятия над продвижением и реализацией турпродукта (туруслуг). У посредников чаще всего имеются свои коммерческие интересы. Несоответствие интересов туристского предприятия и посредников может привести к конфликтам в каналах сбыта
Критерий адаптивности	• Предполагает анализ будущих изменений рынка и обусловливает необходимость постоянных уточнений, касающихся количества посредников и организации взаимоотношений с ними

Источник: https://studme.org/166932/turizm/sbytovaya_sistema_turistskogo_predpriyatiya

Тема 5.2. Разработка сбытовой политики

Источник: https://odiplom.ru/lab/politika_sbyta.html

РАЗДЕЛ 6. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 6.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций

Достоинства	Недостатки
Быстрота изготовления. Невысокая стоимость. Эмоциональность (возможность использовать воображение и музыку)	Ограничение выразительных средств (только звук). Мимолетность контакта. Невозможность передачи большого объема информации. Ограниченность приемов привлечения внимания (музыка, шутки, голоса)

Источник: https://studme.org/166938/turizm/instrumenty_marketingovyh_kommunikatsiy

Тема 6.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии

Источник: https://www.calltouch.ru/blog/iz-chego-sostoit-kommunikaczionnaya-strategiya

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся

ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	
Тема 1.1. Общая характеристика контрольно-надзорной деятельности.	Истоки контрольной деятельности. Актуальность проблемы контроля в современной предпринимательской деятельности. Контроль, государственный контроль, надзор (основные понятия). Принципы государственного контроля. Виды и формы государственного контроля. Виды государственного контроля по субъектам контрольно-надзорной деятельности.
Тема 1.2. Правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации	Роль Федерального закона от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» в формировании правовых основ государственного контроля в Российской Федерации. Сфера применения Федерального закона. Принципы защиты прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Уведомительный характер начала предпринимательской деятельности. Уровни организации и осуществления контрольно-

	надзорной деятельности. Мероприятия по контролю. Проверка. Предмет и порядок организации плановой проверки. Внеплановая проверка: порядок организации и основания для проведения. Риск-ориентированный подход и профилактика нарушений обязательных требований. Проблемы в развитии контрольно-надзорной сферы, остающиеся нерешенными. Необходимость совершенствования контрольно-надзорной деятельности.
РАЗДЕЛ 2. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	
Тема 2.1. Общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса	Ключевые нормативные акты по каждому виду проверок. Порядок подготовки предприятия к проверке. Плановая и внеплановая проверка. Контрольные мероприятия. Документарная проверка. Выездная проверка. Порядок проверки. Результаты проверки. Акты проверок. Предписания. Нарушения и штрафы.ФГИС «Единый реестр проверок» Проверка по жалобе на качество услуги.
Тема 2.2. Виды проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органы, их осуществляющие	Государственный контроль (надзор) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма. Проверка санитарно-эпидемиологических правил, прав потребителей и качеством товаров или оказания услуг Роспотребнадзором РФ (Федеральная служба в сфере защиты прав потребителей):задачи, периодичность, виды, формы проверок, необходимые документы. Проверка санитарного состояние Россельхознадзором. Проверка пожарной безопасности Госпожнадзором (Противопожарная служба МЧС России). Проверка оформления трудовых отношений, соблюдения трудового законодательства и требований охраны труда Государственной инспекцией труда. Проверка правил обращения с отходами Росприроднадзором. Проверка соблюдения миграционного законодательства ГУ по вопросам миграции при МВД РФ. Проверка соблюдение налогового законодательства и законодательства о применении и контрольно-кассовой техники Федеральной налоговой службой и ее территориальными органами. Проверка соблюдения законодательства об страховых взносах Пенсионным фондом РФ. Проверка соблюдение законодательства о персональных данных службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся;

углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие

(искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная

модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Тема 1.1. Общая характеристика контрольно-надзорной деятельности.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие «контроль» и «надзор»: соотношение и различия.
2. Понятие и содержание надзорной деятельности.
3. Виды и субъекты надзорной деятельности.
4. Понятие «государственный контроль» как одна из форм осуществления государственной власти и контрольно-надзорной деятельности: его основные элементы и целевая направленность.
5. Сущность и социальное назначение государственного контроля и надзора в сфере сервисного предпринимательства
6. Соотношение понятий «государственный контроль» и «административный надзор».
7. Правовое регулирование деятельности государственных органов, обладающих контрольно-надзорными полномочиями.
8. Современное состояние и основные тенденции развития нормативной базы о государственном контроле и надзоре.
9. Принципы организации и деятельности государственного контроля в РФ: конституционные, общие, специальные и проблемы их реализации.

Тема 1.2: Правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации

Вопросы для самоподготовки:

1. Законодательство Российской Федерации об организации и осуществлении надзорной деятельности.
2. ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и «Об обязательных требованиях в Российской Федерации»,
3. Антикоррупционные меры, применяемые в надзорной деятельности.
4. Меры государственного принуждения при осуществлении надзорной деятельности.
5. Основные направления реорганизации государственного контроля в условиях административной реформы.
6. Пути и перспективы повышения эффективности контрольно- надзорной деятельности.
7. Роль контрольной деятельности в системе государственного и муниципального управления.
8. Конституционные и правовые основы государственного контроля и надзора.
9. Принципы организации и деятельности государственного контроля.
10. Организационно-правовые основы федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контрольную деятельность.

РАЗДЕЛ 2. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема 2.1. Общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды и формы проверок
2. Сроки проверок
3. Специалисты, проводящие проверку, эксперты
4. Этапы подготовки к проверке
5. Контрольные мероприятия
6. Акт и предписания к устранению нарушений

7. Обжалование результатов проверок
8. Возможные нарушения со стороны проверяющих
9. Распространенные нарушения и штрафы
10. Примеры возможных предписаний

Тема 2.2. Виды проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органы, их осуществляющие

Вопросы для самоподготовки:

1. Государственный контроль (надзор) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма.
2. Проверка санитарно-эпидемиологических правил, прав потребителей и качеством товаров или оказания услуг Роспотребнадзором РФ (Федеральная служба в сфере защиты прав потребителей):задачи, периодичность, виды, формы проверок, необходимые документы.
3. Проверка санитарного состояние Россельхознадзором.
4. Проверка пожарной безопасности Госпожнадзором (Противопожарная служба МЧС России).
5. Проверка оформления трудовых отношений, соблюдения трудового законодательства и требований охраны труда Государственной инспекцией труда.
6. Проверка правил обращения с отходами Росприроднадзором.
7. Проверка соблюдения миграционного законодательства ГУ по вопросам миграции при МВД РФ.
8. Проверка соблюдение налогового законодательства и законодательства о применении и контрольно-кассовой техники Федеральной налоговой службой и ее территориальными органами.
9. Проверка соблюдения законодательства об страховых взносах Пенсионным фондом РФ.
10. Проверка соблюдение законодательства о персональных данных службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
11. Положение о федеральном государственном контроле (надзоре) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Тема 1.1. Общая характеристика контрольно-надзорной деятельности.

Общие признаки контроля и надзора

Основные отличия контроля от надзора

Тема 1.2. Правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации

Риск-ориентированный подход и профилактика нарушений обязательных требований.

РАЗДЕЛ 2. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема 2.1. Общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса

1.	Использование для дезинфекции сертифицированных дез.средств.	Наличие сертификатов качества, соответствия продукции
2.	Наличие дозаторов с антисептиками в общественных местах.	Издание приказа об установке дозаторов в общественных местах (с указанием перечня). Размещение дозаторов в общественном месте.
3.	Наличие запаса дез.средств и антисептиков на 5 суток.	Наличие приказа о соблюдении требования с указанием среднего расчета необходимых средств. Оформление соответствующего договора, товарных накладных.
4.	Проведение влажной уборки со спец.средствами по определенному графику	Наличие графика уборки или журнала уборки
5.	Проведение обеззараживания воздуха в общественных местах	Установка спец оборудования в соответствующих местах на постоянной основе. Установка оборудования на временной основе с ведением журнала проведения обеззараживания воздуха
6.	Назначение ответственного сотрудника гостиницы, контролирующего соблюдение настоящих рекомендаций	Издание приказа о назначении ответственного лица
7.	Обеспечение, приобретения гостями СИЗ, антисептика	Предоставление гостям СИЗ безвозмездно или продажа необходимых средств.

8.	Проведение термометрии не менее 2-х раз в день (утром и вечером).	Ведение журнала с указанием показателей температуры у каждого сотрудника компании. Наличие прибора для измерения температуры.
9.	Соблюдение персоналом гостиницы использования масок и перчаток	Издание приказа о необходимости соблюдения «масочно-перчаточного» режима на период карантина на территории работодателя
10.	Запрет приема пищи персоналом на рабочих местах	Издание соответствующего приказа

Направления минимизации рисков в случае проведении проверки со стороны Роспотребнадзора по организации работы гостиниц

Тема 2.2. Виды проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органы, их осуществляющие

Обязательное наличие плана эвакуации в каждом номере гостиницы, в коридорах и местах общего пользования

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА/Тема 1.1. Общая характеристика контрольно-надзорной деятельности. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об основах контрольно-надзорной деятельности.
- изучить общую характеристику контрольно-надзорной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Контроль, государственный контроль, надзор (основные понятия).	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Принципы государственного контроля.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Виды государственного контроля по субъектам контрольно-надзорной деятельности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Общая характеристика контрольно-надзорной деятельности

Текст лекции.

Контрольно-надзорная деятельность - это выполнение функций государства посредством действия всех разновидностей государственного надзора и контроля за исполнением требований законодательства.

Реформа контрольно-надзорной деятельности направлена на достижение следующих результатов:

-снижение уровня ущерба охраняемым законом ценностям (снижение количества смертельных случаев по контролируемым видам рисков, снижение числа заболеваний и отравлений, пострадавших и травмированных по контролируемым видам рисков);

- снижение уровня материального ущерба по контролируемым видам рисков;

- снижение административной нагрузки на организации и граждан, осуществляющих предпринимательскую и иные виды деятельности, при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля;

- повышение качества администрирования контрольно-надзорных функций, включая оптимизацию использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, используемых при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля. Государственный контроль (надзор), муниципальный контроль – деятельность контрольных (надзорных) органов, направленная на предупреждение, выявление и пресечение нарушений обязательных требований, осуществляемая в пределах полномочий указанных органов посредством:

-профилактики нарушений обязательных требований,

-оценки соблюдения гражданами и организациями обязательных требований,

-выявления их нарушений,

-принятия предусмотренных законодательством Российской Федерации мер по пресечению выявленных нарушений обязательных требований,

-устранению их последствий и (или) восстановлению правового положения, существовавшего до возникновения таких нарушений.

Государственный контроль (надзор), муниципальный контроль должны быть направлены на достижение общественно значимых результатов, связанных с минимизацией риска причинения вреда (ущерба) охраняемым законом ценностям, вызванного нарушениями обязательных требований.

Основные требования к организации и осуществлению государственного контроля (надзора) и муниципального контроля установлены Федеральным законом от 31.07.2020 № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и иными федеральными правовыми актами, размещенными в подразделе «Законодательство».

Внедрение передовых подходов повышения качества и эффективности организации и осуществления государственного контроля (надзора) в субъектах Российской Федерации, предусмотренных Федеральным законом № 248-ФЗ, предусмотрено целевой моделью упрощения процедур ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации «Осуществление контрольной (надзорной) деятельности в субъектах Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.01.2017 № 147-р.

Гос.контроль классифицируется по различным основаниям: по времени его осуществления различают предварительный, текущий и последующий контроль; по методам осуществления контрольных проверок выделяют контроль по документам, отчетам, по отдельным жалобам и запросам, а также непосредственный контроль в виде плановых и внеплановых сплошных или целевых контрольных проверок. При этом понятие «вид контроля» следует отличать от понятия «форма контроля». Наиболее распространенные формы контроля:

рассмотрение отчетов по результатам деятельности подконтрольных объектов за определенный период или по определенному вопросу; целевые контрольные проверки по отдельным жалобам, сообщениям СМИ, обращениям различных судебно-следственных и иных ПО; ревизии финансово-хозяйственной деятельности; всестороннее целевое инспектирование деятельности подконтрольных организаций по всем видам и направлениям их деятельности за определенный период. Надзорная деятельность гос-ва включает в себя несколько конкретных видов государственного надзора:1.функциональные виды отраслевого гос.надзора(банковский надзор Банка России,гос.страховой надзор и т.п); 2.некоторые разновидности всеобщего межотраслевого гос.надзора(прокурорский надзор,многие виды адм.надзора).

В настоящее время несколько десятков государственных — контрольно-надзорных органов, федеральных служб — осуществляют функции по контролю и надзору в установленных сферах деятельности. Их можно разделить на три группы:1. Федеральные службы и агентства — с системой подчиненных им территориальных органов, руководство деятельностью которых осуществляет Президент РФ.2. Федеральные службы, находящиеся в непосредственном ведении Правительства РФ. 3. Федеральные службы и агентства, находящиеся в системе и непосредственном ведении соответствующих федеральных министерств, но с функциями и полномочиями контрольно-надзорного характера, выходящими за пределы аппарата и даже системы соответствующего министерства.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие «контроль» и «надзор»: соотношение и различия.
2. Понятие и содержание надзорной деятельности.
3. Виды и субъекты надзорной деятельности.
4. Понятие «государственный контроль» как одна из форм осуществления государственной власти и контрольно-надзорной деятельности: его основные элементы и целевая направленность.
5. Сущность и социальное назначение государственного контроля и надзора в сфере сервисного предпринимательства
6. Соотношение понятий «государственный контроль» и «административный надзор».
7. Правовое регулирование деятельности государственных органов, обладающих контрольно-надзорными полномочиями.
8. Современное состояние и основные тенденции развития нормативной базы о государственном контроле и надзоре.
9. Принципы организации и деятельности государственного контроля в РФ: конституционные, общие, специальные и проблемы их реализации.

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА/Тема 1.2. Правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации

- изучить рганизационно-правовые основы федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контрольную деятельность.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	ФЗ от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Уровни организации и осуществления контрольно-надзорной деятельности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
1.3	Риск-ориентированный подход и профилактика нарушений обязательных требований	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации

Текст лекции.

астоящий Федеральный закон регулирует отношения в области организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля и защиты прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора), муниципального контроля.

Настоящим Федеральным законом устанавливаются:

1) порядок организации и проведения проверок юридических лиц, индивидуальных предпринимателей органами, уполномоченными на осуществление государственного контроля (надзора), муниципального контроля (далее также - органы государственного контроля (надзора), органы муниципального контроля);

2) порядок взаимодействия органов, уполномоченных на осуществление государственного контроля (надзора), муниципального контроля, при организации и проведении проверок;

3) права и обязанности органов, уполномоченных на осуществление государственного контроля (надзора), муниципального контроля, их должностных лиц при проведении проверок;

4) права и обязанности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора), муниципального контроля, меры по защите их прав и законных интересов. Защита прав юридических лиц, индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора), муниципального контроля осуществляется в административном и (или) судебном порядке в соответствии с законодательством Российской Федерации

Федеральным законом от 31.07.2020 № 248-ФЗ предусмотрены:

- риск-ориентированный подход (частота проверок напрямую зависит от уровня опасности объекта);

- приоритет профилактики (вводится 7 видов профилактических мероприятий:

1) информирование;

2) обобщение правоприменительной практики;

3) меры стимулирования добросовестности;

4) объявление предостережения;

5) консультирование;

6) самообследование;

7) профилактический визит);

- уход от «палочной системы» (контроль оценивается по предотвращениям);

- отказ от проверки как единственного мероприятия (вводятся «контактные» (контрольная закупка, мониторинговая закупка, выборочный контроль, инспекционный визит, рейдовый осмотр, документарная проверка, выездная проверка) и «бесконтактные» (наблюдение за соблюдением обязательных требований и выездное обследование) способы осуществления контроля (надзора);

- информатизация (взаимодействие контролеров и контролируемых лиц только в электронном виде);

- учет видов контроля (создается реестр видов контроля).

Кроме того, Федеральным законом от 31.07.2020 № 248-ФЗ расширяются гарантии для граждан, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении в отношении их государственного контроля (надзора), муниципального контроля.

Сокращение сроков проверок

Общий срок проведения документарной и выездной проверок не будет превышать 10 рабочих дней (примечание: ранее срок составлял максимум 20 рабочих дней).

Документарная проверка длится не более 10 рабочих дней. Срок отсчитывается от момента, когда истребованные документы представлены проверяющим.

Выездная проверка - не более 10 рабочих дней. Если у организации есть подразделения в разных регионах, для каждого подразделения срок устанавливают отдельно. Общее время взаимодействия проверяющих с малым бизнесом ограничено - не более 15 часов для микропредприятий, не более 50 часов для остальных.

Инспекционный визит - не более 1 рабочего дня на одном объекте.

Рейдовый осмотр - не более 10 рабочих дней (в том числе не более 1 рабочего дня на взаимодействие с одним контролируемым лицом).

Сроки остальных мероприятий определяют исходя из периода времени, который обычно нужен для закупки, изъятия проб или проведения экспертиз.

Недействительность результатов контрольного (надзорного) мероприятия

Решения, принятые по результатам контрольного (надзорного) мероприятия, проведенного с грубым нарушением требований к организации и осуществлению государственного контроля (надзора), муниципального контроля, подлежат отмене контрольным (надзорным) органом, проводившим контрольное (надзорное) мероприятие, вышестоящим контрольным (надзорным) органом или судом, в том числе по представлению (заявлению) прокурора.

В случае самостоятельного выявления грубых нарушений требований к организации и осуществлению государственного контроля (надзора), муниципального контроля, уполномоченное должностное лицо контрольного (надзорного) органа, проводившего контрольное (надзорное) мероприятие, принимает решение о признании результатов такого мероприятия недействительными.

В Законе о контроле перечислены 12 грубых нарушений (статья 91 Федерального закона от 31.07.2020 № 248-ФЗ).

В целях оптимального использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, задействованных при осуществлении государственного контроля (надзора), снижения издержек юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и повышения результативности своей деятельности органами государственного контроля (надзора) при организации отдельных видов государственного контроля (надзора) может применяться риск-ориентированный подход.

Перечень видов федерального государственного контроля (надзора), в отношении которых применяется риск-ориентированный подход, определяется Правительством Российской Федерации.

Перечень видов регионального государственного контроля (надзора), в отношении которых применяется риск-ориентированный подход, устанавливается высшим исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации. Правительство Российской Федерации вправе определить виды регионального государственного контроля (надзора), при организации которых риск-ориентированный подход применяется в обязательном порядке.

Риск-ориентированный подход представляет собой метод организации и осуществления государственного контроля (надзора), при котором в предусмотренных настоящим Федеральным законом случаях выбор интенсивности (формы, продолжительности, периодичности) проведения мероприятий по контролю, мероприятий по профилактике нарушения обязательных требований определяется отнесением деятельности юридического лица, индивидуального предпринимателя и (или) используемых ими при осуществлении такой деятельности производственных объектов к определенной категории риска либо определенному классу (категории) опасности.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Законодательство Российской Федерации об организации и осуществлении надзорной деятельности.
2. ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и «Об обязательных требованиях в Российской Федерации»,

3. Антикоррупционные меры, применяемые в надзорной деятельности.
4. Меры государственного принуждения при осуществлении надзорной деятельности.
5. Основные направления реорганизации государственного контроля в условиях административной реформы.
6. Пути и перспективы повышения эффективности контрольно- надзорной деятельности.
7. Роль контрольной деятельности в системе государственного и муниципального управления.
8. Конституционные и правовые основы государственного контроля и надзора.
9. Принципы организации и деятельности государственного контроля.
10. Организационно-правовые основы федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контрольную деятельность.

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 2. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА / Тема 2.1 Общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- изучить общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Ключевые нормативные акты по каждому виду проверок.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Порядок подготовки предприятия к проверке	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	*Порядок проведения проверки*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	*Результаты проверки*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса

Текст лекции.

Для подготовки и успешного прохождения проверки со стороны контролирующих органов необходимо проанализировать действующее законодательство, регулирующее соответствующую сферу правоотношений, нормативные правовые акты, регулирующие компетенцию того или иного органа контроля, знать права и обязанности проверяемой организации и предпринять еще ряд необходимых шагов.

1. Заблаговременно узнать о готовящейся проверке

В соответствии с Федеральным законом №294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» (далее — 294-ФЗ) органы государственного и муниципального контроля проводят плановые проверки в строгом соответствии с заранее согласованными с органами прокуратуры и утвержденными ежегодными планами. Утвержденные планы проверок обязаны быть опубликованы на официальных сайтах органов контроля. Сводный календарный проверок всех контролирующих органов также размещается на сайте Генеральной прокуратуры. Таким образом, о готовящейся плановой проверке можно узнать, обратившись к официальным сайтам органов государственного и муниципального контроля, либо к сайту Генпрокуратуры. Помимо плановых проверок существуют также внеплановые проверки, которые заранее не планируются, а проводятся при возникновении соответствующего закрепленного в законе основания. Такие основания содержатся как в самом 294-ФЗ, так и в специальных законах, регулирующих конкретные сферы правоотношений. Заблаговременно узнать о готовящейся внеплановой проверке невозможно, если сам орган контроля не сообщил об этом проверяемой организации ранее установленного законом срока (в практике такие случаи отмечены неоднократно).

Особенности

В соответствии с 294-ФЗ о проведении плановой проверки проверяемая организация должна быть извещена не позднее чем за 3 рабочих дня до ее начала любым доступным способом.

Срок уведомления о проведении внеплановой проверки — не позднее чем за 24 часа до ее начала любым доступным способом

Плановые проверки одним и тем же органом контроля в отношении одной и той же проверяемой организации могут проводиться не чаще чем 1 раз в 3 года, за исключением специально предусмотренных законом случаев (например, Минюстом России плановые проверки в отношении некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента, могут проводиться ежегодно). Ограничения периодичности внеплановых проверок законодательно не установлены, т.к. все зависит от возникновения соответствующих оснований для их проведения.

Необходимо помнить, что требования 294-ФЗ не распространяются на некоторые виды контроля (надзора), которые регулируются специальными законами или нормативными правовыми актами Правительства (прокурорский надзор, налоговый контроль, контроль и надзор за обработкой персональных данных и др.).

Риски

В случае, если организация заранее не проверила свое наличие/отсутствие в планах проверок на текущий год, то у нее существенно повышаются риски выявления нарушений,

поскольку времени на подготовку к плановой проверке может быть меньше (всего 3 рабочих дня).

Правильное решение

Сразу после новогодних праздников необходимо зайти на сайт Генпрокуратуры и по ОГРН/ИНН организации проверить, включена ли она в план проверок какого-либо органа контроля. Это позволит заблаговременно узнать о готовящейся плановой проверке и увеличит время на подготовку к ней.

2. Проанализировать компетенцию органа контроля (надзора)

Компетенция органов государственного контроля (надзора) и муниципального контроля ограничена сферой их деятельности (за исключением органов прокуратуры, надзирающих за соблюдением законов в целом и соблюдением прав и свобод человека и гражданина). Полномочия органов контроля определяются положениями о соответствующем органе, положениями о конкретном виде контроля (надзора), ведомственными приказами и административными регламентами, которые размещены в открытом доступе на сайте органа контроля (надзора).

Особенности

На практике отмечены случаи, когда ведомственные акты (приказы, административные регламенты) с серьезным запозданием приводятся в соответствие с изменениями федерального законодательства. В этом случае необходимо помнить, что нормы федерального закона имеют приоритет над положениями подзаконных актов.

Анализ нормативных правовых актов, регламентирующих компетенцию органа государственного контроля (надзора), необходим также для обоснованного пресечения и мотивированного обжалования неправомерных действий должностных лиц. Должностные лица органов государственного контроля (надзора) обязаны ознакомить представителя проверяемой организации с нормативными правовыми актами, регламентирующими основания и порядок проведения проверки.

Риски

Незнание пределов полномочий контролирующего органа может привести к выявлению неочевидных нарушений (например, представление документов или материалов, которые не были запрошены) или сообщению проверяющему информации, которая, хоть и не относится к компетенции конкретного органа контроля, но может быть передана в рамках межведомственного взаимодействия и привести к инициированию иных проверок (в т.ч. внеплановых).

Правильное решение

При получении информации о включении организации в план проверок определенного органа государственного контроля (надзора) необходимо проанализировать нормативные правовые акты, регламентирующие сферу его деятельности и пределы компетенции. Это позволит не допустить превышения полномочий проверяющими и снизит риск выявления неочевидных нарушений.

3. Тщательно проанализировать распоряжение (приказ) о проведении проверки

Вместе с уведомлением о проведении проверки орган государственного контроля обязан направить копию распоряжения (приказа) о ее проведении.

В распоряжении (приказе) должны быть указаны (на что обязательно нужно обратить внимание):

- реквизиты органа, принявшего решение о проведении проверки, и подпись руководителя данного органа;
- даты начала и окончания проверки, общая продолжительность проверки;
- предмет проверки;
- перечень документов, которые должны быть представлены для проверки, и сроки их представления;
- должностные лица органа контроля, уполномоченные на проведение проверки, и привлеченные специалисты из других государственных органов.

Изучение распоряжения (приказа) о проведении проверки необходимо для выявления нарушений законодательных требований и процедуры проверки, подлежащих обжалованию в вышестоящий орган и (или) в суд.

Неуведомление о проведении проверки или ненаправление (невручение) копии распоряжения (приказа) является существенным нарушением процедуры и является основанием для признания незаконными результатов проверки и санкций в отношении проверяемой организации.

Особенности

На практике отмечены следующие наиболее распространенные нарушения при оформлении распоряжения (приказа):

- неверное указание срока продолжительности проверки (более 20 рабочих дней) при отсутствии дополнительного распоряжения о ее продлении;
- включение в перечень истребуемых документов тех документов и материалов, которые не относятся к предмету проверки;
- истребование у проверяемой организации документов, которые должны быть получены самим органом контроля в рамках межведомственного взаимодействия (например, документы, представляемые в налоговые органы и органы статистики в рамках предусмотренной законом отчетности, выписки по счетам из кредитных организаций), что ограничено в соответствии с п. 5 ст. 32 ФЗ «О некоммерческих организациях»;
- привлечение к проверке специалистов других государственных органов, не указанных в распоряжении (приказе) о проведении проверки;
- присутствие при выездной проверке (по месту нахождения проверяемой организации) журналистов или иных посторонних лиц.

Риски

Если проверяемая организация заранее не изучила нормативные правовые акты, регламентирующие компетенцию контролирующего органа, а также поверхностно отнеслась к содержанию распоряжения (приказа) о проведении проверки, то это существенно увеличивает риски злоупотреблений со стороны проверяющих, пропуск сроков обжалования неправомерных действий и нарушений процедуры проверки.

Правильное решение

Необходимо внимательно изучить содержание распоряжения (приказа) о проведении проверки, соотнести его с заранее проанализированной компетенцией контролирующего органа и законодательными требованиями к оформлению процедуры.

Кроме того, очевидность для проверяющего «подкованности» руководителя и сотрудников проверяемой организации в вопросах прохождения проверок окажет на него определенный «дисциплинирующий» эффект и не позволит выйти за рамки своих полномочий (чаще всего это как раз связано с попыткой упростить свою работу и истребовать все документы именно у проверяемой организации, а не вступать в служебную переписку с другими государственными органами). Все неправомерные действия проверяющих необходимо обязательно обжаловать в административном и судебном порядке.
Также к проведению выездной проверки необходимо допускать исключительно тех должностных лиц и привлеченных специалистов, которые прямо поименованы в распоряжении о проведении проверки, и не допускать осмотра помещений организации, если это не соответствует предмету проверки или компетенции органа контроля (например, очевидно, что должностные лица Минюста не вправе осматривать помещения на предмет наличия систем пожаротушения и экстренной сигнализации).

4. Не препятствовать проведению проверки и не нарушать сроков представления истребуемых документов

Необходимо помнить, что любое противодействие проведению проверки или уклонение от нее, неисполнение законных требований должностных лиц органов контроля, нарушение сроков представления документов и материалов, игнорирование вынесенных по результатам проверки предписаний об устранении нарушений, неминуемо приведет к привлечению

проверяемой организации и (или) ее руководителя к административной ответственности. Для фиксации хода выездной проверки и действий проверяющих можно осуществлять аудио- или видеозапись. При этом нужно помнить, что запись не может осуществлять скрытно, перед началом проверки нужно известить проверяющих о своем намерении вести аудио-, фото- или видеофиксацию.

Особенности

В практике неоднократно отмечены случаи, когда уведомление и копия распоряжения о проведении проверки направляются в адрес проверяемой организации почтовой связью и фактически доставляются уже после истечения установленных сроков представления документов в орган контроля. В этом случае необходимо сохранить конверт с указанием даты получения и незамедлительно связаться с исполнителем, указанным в распоряжении, объяснив ему ситуацию и предъявив доказательства отсутствия у проверяемой организации вины в препятствовании проверке.

Риски

Помимо нарушений, выражающихся в уклонении от прохождения проверки (например, закрытие офиса и экстренное оформление всем сотрудникам отпусков), активном препятствии проведению проверки (недопуск проверяющих в помещения организации под предлогом неполучения уведомления и др.), игнорировании законных предписаний об устранении выявленных нарушений (если они не обжалованы в установленном порядке), за которые прямо предусмотрена административная ответственность, тесно связаны с противодействием проверке и случаи несоответствия адреса фактического места нахождения проверяемой организации адресу, указанному в ЕГРЮЛ.

Если корреспонденция, направленная в адрес проверяемой организации, возвращается в орган контроля без вручения, или если должностные лица контролирующего органа не обнаруживают проверяемую организацию по указанному адресу при выездной проверке, то это может послужить основанием внесения в ЕГРЮЛ записи о недостоверности сведений или для обращения регистрирующего органа в суд с заявлением о ликвидации организации как фактически прекратившей свою деятельность.

Правильное решение

Не препятствовать проведению проверки (за исключением случаев выдворения посторонних лиц, не уполномоченных на участие в ее проведении), а фиксировать нарушения процедуры и неправомерные действия проверяющих, вносить замечания и возражения в акт (протокол) проверки, приносить мотивированные жалобы на действия проверяющих в вышестоящие государственные органы.

В случае, если организация заблаговременно узнала о готовящейся плановой проверке, то нужно проверить актуальность адреса, указанного в ЕГРЮЛ, фактическому адресу, и, при необходимости принять решения о смене адреса и направить документы в территориальное подразделение Минюста.

5. Соблюдать перечень и порядок представления истребуемых при проверке документов

В контролирующий орган (проверяющему) необходимо представлять только те документы и материалы, которые указаны в распоряжении (приказе) о проведении проверки. Нецелесообразно (и даже рискованно) представлять на проверку документы, не включенные в перечень, т.к. это может привести к выявлению неочевидных нарушений. В практике распространены случаи, когда проверяемые организации, руководствуясь наивной целью показать проверяющему добросовестность организации и пользу от ее деятельности, представляли на проверку изданные ими буклеты, бюллетени, справочники, доклады, однако, это было отмечено как нарушение, поскольку в уставах организаций не было закреплено право осуществления издательской деятельности.

Особенности

Все документы, предоставляемые в распоряжение контролирующего органа (проверяющего лица) направляются в виде заверенных копий (простое заверение руководителем организации, без совершения нотариальных действий), с обязательным

составлением описи и получением отметки о получении канцелярией (экспедицией) органа контроля или расписки уполномоченного должностного лица (исполнителя). Оригиналы документов представляются только в случаях, когда это обосновано предметом проверки или оформленными в письменной форме сомнениями проверяющих должностных лиц в их подлинности.

В рамках проверки зачастую истребуют документы, наличие которых в проверяемой организации не является обязательным. Составлять такие документы только потому, что их истребуют для проверки, не нужно, но их отсутствие необходимо обоснованно указать в сопроводительном письме.

Риски

В случае отсутствия описи передаваемых документов и отметок об их получении проверяющими, возникает риск утраты представленных на проверку документов и попытки привлечения проверяемой организации к ответственности за препятствование проверке. Если на проверку представляются оригиналы документов, то об этом обязательно должна быть сделана отметка, позволяющая исключить ответственность проверяемой организации в случае их утраты или нарушения целостности.

Правильное решение

Перед передачей копий документов в рамках проводимой проверки необходимо внимательно сверить их с перечнем, указанным в распоряжении о ее проведении, составить опись и сопроводительное письмо, добиться проставления отметки о получении.

6. Внимательно ознакомиться с актом (протоколом) проверки, предписанием об устранении нарушений, и мотивированно на них отреагировать

Не позднее дня окончания проверки контролирующим органом должен быть составлен акт, копия которого вместе с приложениями вручается представителю проверяемой организации под расписку. В акте проверки отражаются выявленные нарушения или их отсутствие.

В случае выявления в ходе проверки нарушений законодательства и устава проверяемой организации в ее адрес выносится предписание об их устранении с установлением срока, который не может составлять менее 1 месяца.

Особенности

У проверяемой организации есть 15 дней с даты получения акта на представление в письменной форме возражений на акт проверки и выданное предписание об устранении нарушений.

Риски

Если в акте проверки указаны выявленные нарушения и выдано предписание об их устранении, то организация обязана их устранить. Если организация полностью или частично не согласна с выводами проверки, то эти выводы должны быть обжалованы (в вышестоящий орган и (или) в суд).

В случае, если выводы проверки не обжалованы и не исполнены, то проверяемая организация будет привлечена к административной ответственности по статье 19.5 КоАП РФ, за неисполнение в срок законного предписания органа государственного или муниципального контроля (штраф на юридических лиц от 10 000 до 20 000 рублей и (или) дисквалификация руководителя на срок до 3 лет).

Правильное решение

Тщательно проанализировать акт проверки и предписание об устранении выявленных нарушений. Если претензии проверяющих обоснованы, то необходимо предпринять меры по устранению нарушений и письменно уведомить об этом контролирующий орган. В случае несогласия с выводами проверки их необходимо указать при ознакомлении с актом проверки и обязательно обжаловать.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Виды и формы проверок
2. Сроки проверок
3. Специалисты, проводящие проверку, эксперты
4. Этапы подготовки к проверке
5. Контрольные мероприятия
6. Акт и предписания к устранению нарушений
7. Обжалование результатов проверок
8. Возможные нарушения со стороны проверяющих
9. Распространенные нарушения и штрафы
10. Примеры возможных предписаний

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 2. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА / Тема 2.2 Виды проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органы, их осуществляющие - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знания о видах проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органах, их осуществляющие

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Государственный контроль (надзор) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма*	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Проверка санитарно-эпидемиологических правил, прав потребителей и качеством товаров или оказания услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Проверка пожарной безопасности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Проверка оформления трудовых отношений, соблюдения трудового законодательства и требований охраны труда	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Проверка соблюдение налогового законодательства	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6	Прочие виды проверок гостинично-ресторанных предприятий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Виды проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органы, их осуществляющие

Текст лекции.

Руководители больших и малых отелей регулярно сталкиваются с проверками контролирующих органов. Для кого-то это всегда большая неожиданность, но есть руководители, подготовленные к подобным визитам. В том или другом случае, всем хотелось бы понять и разобраться в вопросах, чаще всего задаваемых представителями проверяющих инстанций.

Подробно описывать все возможные варианты и итоги таких встреч не представляется возможным в данной статье. Кроме того, для каждого объекта существует свой список вопросов. Остановимся на случае, который по статистике интересен многим отельерам, а именно - проверки малых отелей, сегмент которых активно развивается в последние несколько лет.

Гостиничный бизнес Санкт-Петербурга уже много лет волнует вопрос – когда, наконец-то, для мини-отелей будет разработана полноценная законодательная база, регулирующая их деятельность, и полностью отвечающая на вопросы взаимодействия мини-отелей города с представителями закона.

Проверка налоговой инспекции- одна из самых частых проверок, и, наверное, одна из самых предсказуемых. В большинстве случаев проверка проходит в рамках «контрольной закупки», после которой сотрудники налоговой инспекции представляются и объясняют цель своего визита. Проверяют они следующее - правильность пробития кассового чека, предоставление кассового чека и расчетных документов, верность принятия денег и выдачи сдачи, точность времени на контрольно-кассовом аппарате, соответствие наличных денег в кассе и сумме, пробитой по ККМ, наличие документов по ККМ, договор с организацией по обслуживанию кассовой техники, наличие кассового журнала и правильность его заполнения.

Подобная проверка будет успешно пройдена, если в отеле все расчеты проходят официально и по кассе. На случай выявления ошибки, например, такой, как расхождение времени по кассе с официально принятым Московским временем, руководитель организации может быть вызван в офис налоговой инспекции для предоставления документов об устранении данного нарушения**.** Если это первое и единственное нарушение в компании, то вероятнее всего последует лишь предупреждение без штрафов.

Проверка ГосПожнадзора и МЧС

Пожарные инспекторы «балуют» своими посещениями чаще других контролеров. Ненадлежащее выполнение установленных правил пожарной безопасности может привести не только к материальному ущербу, но и причинить вред жизни и здоровью гостей и сотрудников гостиницы.

Если в отель пришли именно эти люди – важно понять их цель – связана ли эта проверка с плановым обходом или нет.

Чтобы успешно и без штрафов пройти пожарную инспекцию, каждый отель должен иметь на объекте:

1. Система автоматической пожарной сигнализации.
2. Проект к системе АПС, разработанный лицензированной организацией.
3. Сертификаты на установленное оборудование АПС и спецификации на все материалы, которые использовались при ее монтаже.
4. Договор на обслуживание АПС .
5. Журнал обслуживания АПС.
6. Исправные огнетушители с паспортами на каждый огнетушитель.
7. Планы эвакуации из отеля – поэтажные и в каждом номере, учитывая соблюдение ГОСТ к изготовлению планов на обычной и люминесцентной основе.
8. Журнал учета инструктажей по пожарной безопасности (и этот инструктаж действительно необходимо проводить со всеми сотрудниками организации).
9. Пакет документов по пожарной безопасности, разработанный для каждого отдельного объекта. Это достаточно весомый список, и любая компания, занимающаяся пожарной безопасностью, с радостью проинформирует о нем.

Помимо этого, если у Руководства есть полноценный строительный проект по объекту, то можно сказать, что главная часть проверки успешно пройдена.

У гостиницы также могут запросить предоставить документацию по строительным материалам (для подтверждения их огнеупорности), план занятий с персоналом по отработке действий в случае пожара или иного другого чрезвычайного происшествия, а также любой другой документ для подтверждения соблюдения организацией правил пожарной безопасности. Если же основные требования (не бюрократические, а именно технические) соблюдены, то и с этой проверкой можно справиться.

Проверки Роспортебнадзора.

Под проверкой Роспортебнадзора может скрываться много аспектов. Обозначим основные, которые необходимо выполнять для спокойствия сотрудников отеля и для блага гостей:

1. «Уголок потребителя» - что это и какие документы туда должны входить можно найти в свободном доступе на просторах интернета.
2. Договор на дезинсекцию и дератизацию в помещениях.
3. Санитарные книжки персонала.
4. Договор на вывоз ТБО – если мини-отель работаете в рамках жилого фонда, то чаще всего Роспотребнадзор устраивает, что мусор утилизируется в рамках договора по обслуживанию дома.
5. Договор на стирку и химчистку белья в отеле.
6. Документы по пробам воды в отеле. С одной стороны, Роспотребнадзор может их потребовать, а с другой стороны при их отсутствии многие отели апеллируют к использованию городской воды, которая априори должна соответствовать нормам.
7. Правильно оформленная информационная вывеска отеля с указанием всех необходимых данных.
8. Согласованная или находящаяся на согласовании вывеска отеля. Сейчас этот вопрос в городе курирует Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Городская реклама и информация».

Проверки Миграционной службы

В рамках данной проверки организация должна предоставить документы о постановке на учет российских и иностранных граждан, проживающих в отеле. Для тех, кто в Санкт-Петербурге пользуется сертифицированной программой ЭЛПОСТ – данная проверка не представляет никаких трудностей. Для Миграционной службы важен список гостей, проживающих в гостинице. Он должен соответствовать списку гостей, поставленных на учет.

С сопоставления этих данных обычно начинается такая проверка, и если расхождений нет, то на этом она успешно завершается.

Для тех же, кто еще не перешел на электронный документооборот, советуем внимательно изучить сроки по подаче документов по российским и иностранным гражданам, и список документов, который должен храниться в отеле.

Проверки ЖКС/ГУЖА

Если организация с соседями не ругается, счетчики на воду, газ и электроэнергию установлены и опломбированы, счета оплачиваются вовремя, то структуры ЖКС и ГУЖА не придут. Есть возможность, что могут уточнить у гостиницы относительно документов по согласованию перепланировок, но это больше вопрос КУГИ, МВК и ПИБ, поэтому оставим это им.

Самое правильное для любой организации – это общаться и дружить с домоуправлением, быть в курсе проблем дома, и по возможности участвовать в решение общедомовых проблем. И будет верно, если о своем ЖКС Вы будете вспоминать не только тогда, когда случаются неприятности, но и в дни праздников, чтобы поздравить и лишний раз поблагодарить людей за их работу.

Проверки ПИБ/КУГИ

Основной список вопросов, исходящий от данной инстанции - это согласование перепланировок, перевод из жилого фонда в нежилой, возможно также – согласование установки кондиционеров (но в Санкт-Петербурге за это отвечает КГА), вопросы по сохранению культурного наследия, исторического облика, т.н. «растекловки» здания (то, что сейчас курирует КГИОП).

Также гостиницу могут навестить следующие Государственные структуры:

1. **Полиция**. Обычно данная структура приходит с проверкой организационно-правовых документов и организации деятельности в жилом фонде (если мини-отель располагается в жилом доме). Если на отель жалоб нет, и гостиница в хороших отношениях с ЖКС и домоуправлением, кроме того, если организация не занимается никакой незаконной деятельностью - то опасаться нечего. Лучше дружить со своим участковым и иметь в его лице помощника, а не проверяющего врага.

2. **ОБЭП (УБЭП)**. Обычно данная организация приходит внезапно, скорее всего в не рабочее время, и проверяет все. Это может быть, как и «контрольная закупка» (проверка незаконной предпринимательской деятельности), так и проверка организационно-правовых документов. Кроме того, может прозвучать просьба предоставить договор с РАО, трудовые договора с сотрудниками, проект по пожарной системе и т.д. Это, наверное, самый непредсказуемый тип проверки, так как у сотрудников ОБЭП может не быть предписания, и действовать они могут в рамках оперативной разработки. Поэтому, при общении с сотрудниками ОБЭП важно понять цель прихода, и выяснить, действуют ли они самостоятельно или же в компании с какими-либо другими проверяющими органами. Ведь, если непосредственно обвинить отель в незаконной экономической деятельности или в экономических преступлениях невозможно, то тогда какова цель прихода? Что это - «профилактические меры», звонок от конкурентов или нечто иное?

3. **Прокуратура**. Подобная проверка может в себя включать все аспекты деятельности мини-отеля. Данная структура проверяет соблюдение законодательства в сфере защиты прав потребителей, соблюдение правил пожарной безопасности, соблюдение трудового законодательства и многое другое. Прокуратура может запросить предоставление любых документов по любой сфере деятельности мини-отеля – начиная от проекта перепланировки и заканчивая медицинскими книжками персонала, а также документами по согласованию вывески мини-отеля.

Хотелось бы не упустить несколько важных моментов.

1. Проверки могут быть плановыми и внеплановыми. Список плановых проверок, особенно Прокуратуры, ГосПожнадзора и Роспотребнадзора можно запросить у структур и информацию обязаны предоставить.

2. Относительно внеплановых проверок – предугадать кто, когда и с каким вопросом придет в отель очень сложно. Тем более что администрация города, или же администрация района может инициировать выборочную или массовую проверку по любому из вопросов достаточно быстро, за 1-2 дня.

3. Конечно, отель может не пускать никакую инстанцию без предписания, и требовать от сотрудников проверяющей организации предоставить документы, подтверждающие проверку. Тут уже каждый решает сам по какому пути пойти.

4. Для точного понимания своих прав и обязанностей всегда полезно ознакомиться с ФЗ №294 «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». В большинстве своем руководители отелей, а особенно мини-отелей, стараются знакомиться и дружить со своим участковым, представителем своего ТСЖ/ГУЖА. Ведь это те люди, которые находятся в подобной ситуации, как и Руководитель мини-отеля, попадают под бесконечный контроль со стороны проверяющих органов, и именно они могут Вам в нужный момент подсказать важную информацию.

Резюмируя вышесказанное, проверки — это всегда неприятно, но не всегда плохо. Если отель стремится к росту и процветанию, то почему бы не делать это в рамках закона. Требования Роспотребнадзора к нормам освещенности рабочих мест, или требования к пожарной безопасности в отеле, как в прочем и контроль налоговой инспекции над законным ведением бизнеса, далеко не бессмысленные, а совершенно необходимые требования.

Правило простое: Соблюдайте законодательство, и большинство проверок могут принести больше пользы, нежели вреда, а также помочь исправить небольшие нарушения.

Наблюдения показывают, что Государственные структуры более лояльно относятся к тем организациям, руководители которых предоставляли требуемые документы и были заинтересованы в вопросах, с которыми пришла проверка.

Наше законодательство для большинства административных правонарушений, особенно совершенных в первый раз, предусматривает альтернативу штрафу в виде вынесения предупреждения. Если же штраф неизбежен, то сумма штрафа для юридического и должностного лица отличаются во много раз, и в силах каждой отдельной компании решить этот вопрос в свою пользу.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Государственный контроль (надзор) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма.
2. Проверка санитарно-эпидемиологических правил, прав потребителей и качеством товаров или оказания услуг Роспотребнадзором РФ (Федеральная служба в сфере защиты прав потребителей):задачи, периодичность, виды, формы проверок, необходимые документы.
3. Проверка санитарного состояние Россельхознадзором.
4. Проверка пожарной безопасности Госпожнадзором (Противопожарная служба МЧС России).
5. Проверка оформления трудовых отношений, соблюдения трудового законодательства и требований охраны труда Государственной инспекцией труда.
6. Проверка правил обращения с отходами Росприроднадзором.
7. Проверка соблюдения миграционного законодательства ГУ по вопросам миграции при МВД РФ.
8. Проверка соблюдение налогового законодательства и законодательства о применении и контрольно-кассовой техники Федеральной налоговой службой и ее территориальными органами.
9. Проверка соблюдения законодательства об страховых взносах Пенсионным фондом РФ.

10. Проверка соблюдение законодательства о персональных данных службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
11. Положение о федеральном государственном контроле (надзоре) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.1. Общая характеристика контрольно-надзорной деятельности.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об основах контрольно-надзорной деятельности.
- изучить общую характеристику контрольно-надзорной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Контроль, государственный контроль, надзор (основные понятия).	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Принципы государственного контроля.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Виды государственного контроля по субъектам контрольно-надзорной деятельности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие «контроль» и «надзор»: соотношение и различия.
2. Понятие и содержание надзорной деятельности.
3. Виды и субъекты надзорной деятельности.
4. Понятие «государственный контроль» как одна из форм осуществления государственной власти и контрольно-надзорной деятельности: его основные элементы и целевая направленность.

5. Сущность и социальное назначение государственного контроля и надзора в сфере сервисного предпринимательства
6. Соотношение понятий «государственный контроль» и «административный надзор».
7. Правовое регулирование деятельности государственных органов, обладающих контрольно-надзорными полномочиями.
8. Современное состояние и основные тенденции развития нормативной базы о государственном контроле и надзоре.
9. Принципы организации и деятельности государственного контроля в РФ: конституционные, общие, специальные и проблемы их реализации.

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.2. Правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации

3. Цели занятия.

- сформировать знание о правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации
- изучить рганизационно-правовые основы федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контрольную деятельность.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	ФЗ от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Уровни организации и осуществления контрольно-надзорной деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.3	Риск-ориентированный подход и профилактика нарушений обязательных требований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Законодательство Российской Федерации об организации и осуществлении надзорной деятельности.
2. ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и «Об обязательных требованиях в Российской Федерации»,
3. Антикоррупционные меры, применяемые в надзорной деятельности.
4. Меры государственного принуждения при осуществлении надзорной деятельности.

5. Основные направления реорганизации государственного контроля в условиях административной реформы.
6. Пути и перспективы повышения эффективности контрольно- надзорной деятельности.
7. Роль контрольной деятельности в системе государственного и муниципального управления.
8. Конституционные и правовые основы государственного контроля и надзора.
9. Принципы организации и деятельности государственного контроля.
10. Организационно-правовые основы федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контрольную деятельность.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: контрольная работа

Перечень тем контрольных работ раздела 1:

1. Понятие «контроль» и «надзор»: соотношение и различия.
2. Понятие и содержание надзорной деятельности.
3. Виды и субъекты надзорной деятельности.
4. Понятие «государственный контроль» как одна из форм осуществления государственной власти и контрольно-надзорной деятельности: его основные элементы и целевая направленность.
5. Сущность и социальное назначение государственного контроля и надзора в сфере сервисного предпринимательства
6. Соотношение понятий «государственный контроль» и «административный надзор».
7. Правовое регулирование деятельности государственных органов, обладающих контрольно-надзорными полномочиями.
8. Современное состояние и основные тенденции развития нормативной базы о государственном контроле и надзоре.
9. Принципы организации и деятельности государственного контроля в РФ: конституционные, общие, специальные и проблемы их реализации.
10. Законодательство Российской Федерации об организации и осуществлении надзорной деятельности.
11. ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и «Об обязательных требованиях в Российской Федерации»,
12. Антикоррупционные меры, применяемые в надзорной деятельности.
13. Меры государственного принуждения при осуществлении надзорной деятельности.
14. Основные направления реорганизации государственного контроля в условиях административной реформы.
15. Пути и перспективы повышения эффективности контрольно- надзорной деятельности.
16. Роль контрольной деятельности в системе государственного и муниципального управления.
17. Конституционные и правовые основы государственного контроля и надзора.
18. Принципы организации и деятельности государственного контроля.
19. Организационно-правовые основы федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контрольную деятельность

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровожденная бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

1. Какой документ готовится руководителями и персоналом гостиничного предприятия к проверке:

а. Паспорт систем вентиляции

б. Договор на вывоз ТБО

в. Книга жалоб и предложений

г. Журнал учета получения и расхода дезинфицирующих средств

2. Персонал какой службы гостинично-ресторанного предприятия принимает участие в проверке Роспотребнадзором:

а. СПиР

б. Хозяйственной службы

в. Службы номерного фонда

г. Службы питания

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 2. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1. Общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса

3. Цели занятия.

- изучить общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Ключевые нормативные акты по каждому виду проверок.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Порядок подготовки предприятия к проверке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	*Порядок проведения проверки*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	*Результаты проверки*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Правила надзора за деятельностью туроператоров
2. Особенности государственного контроля туристской деятельности России
3. Федеральный государственный контроль за деятельностью аккредитованных организаций, осуществляющих:
   - классификацию гостиниц,
   -классификацию горнолыжных трасс,
   - классификацию пляжей,
4. Порядок аккредитации организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, классификацию горнолыжных трасс, классификацию пляжей
5. Осуществление контрольной деятельности в целях обеспечения безопасности туризма
6. Надзорная деятельность в рамках выполнения Закона «О защите прав потребителей»,
7. Надзорная деятельность в рамках выполнения Закона «Об основах туристской деятельности в РФ»,
8. Надзорная деятельность в рамках выполнения Правил оказания услуг по реализации туристского продукта

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 2. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.2. Виды проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органы, их осуществляющие

3. Цели занятия.

- сформировать знания о видах проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органах, их осуществляющие

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Государственный контроль (надзор) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Проверка санитарно-эпидемиологических правил, прав потребителей и качеством товаров или оказания услуг	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Проверка пожарной безопасности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Проверка оформления трудовых отношений, соблюдения трудового законодательства и требований охраны труда	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5	Проверка соблюдение налогового законодательства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6	Прочие виды проверок гостинично-ресторанных предприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Государственный контроль (надзор) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма.
2. Проверка санитарно-эпидемиологических правил, прав потребителей и качеством товаров или оказания услуг Роспотребнадзором РФ (Федеральная служба в сфере защиты прав потребителей):задачи, периодичность, виды, формы проверок, необходимые документы.
3. Проверка санитарного состояние Россельхознадзором.

4. Проверка пожарной безопасности Госпожнадзором (Противопожарная служба МЧС России).
5. Проверка оформления трудовых отношений, соблюдения трудового законодательства и требований охраны труда Государственной инспекцией труда.
6. Проверка правил обращения с отходами Росприроднадзором.
7. Проверка соблюдения миграционного законодательства ГУ по вопросам миграции при МВД РФ.
8. Проверка соблюдение налогового законодательства и законодательства о применении и контрольно-кассовой техники Федеральной налоговой службой и ее территориальными органами.
9. Проверка соблюдения законодательства об страховых взносах Пенсионным фондом РФ.
10. Проверка соблюдение законодательства о персональных данных службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
11. Положение о федеральном государственном контроле (надзоре) за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: контрольная работа

Перечень тем контрольных работ:

Описать процедуру подготовки и проведения следующих контрольно-надзорных мероприятий (в турфирме, гостиницах разных видов и типов, предприятиях питания разных видов):

- Проверка санитарно-эпидемиологических правил, прав потребителей и качеством товаров или оказания услуг Роспотребнадзором РФ (Федеральная служба в сфере защиты прав потребителей)
- Проверка санитарного состояние Россельхознадзором.
- Проверка пожарной безопасности Госпожнадзором (Противопожарная служба МЧС России).
- Проверка оформления трудовых отношений, соблюдения трудового законодательства и требований охраны труда Государственной инспекцией труда.
- Проверка правил обращения с отходами Росприроднадзором.
- Проверка соблюдения миграционного законодательства ГУ по вопросам миграции при МВД РФ.
- Проверка соблюдение налогового законодательства и законодательства о применении и контрольно-кассовой техники Федеральной налоговой службой и ее территориальными органами.
- Проверка соблюдения законодательства об страховых взносах Пенсионным фондом РФ.
- Проверка соблюдение законодательства о персональных данных службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте

необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровожденная бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

1. Какой документ готовится контрольно-ревизионным органом по итогам проверки:
а. Отчет
б. Акт
в. Предписание
г. Заключение
2. Какой надзорно-ревизионный орган в соответствии с законодательством проводит проверку наличия у персонала медицинских книжек и соблюдение на кухне ресторана СанПиНов
а. Россельхознадзор
б. Роспотребнадзор
в. Росприроднадзором
г. Инспекция по труду

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Тема 1.1. Общая характеристика контрольно-надзорной деятельности.

Общие признаки контроля и надзора

Основные отличия контроля от надзора

Тема 1.2. Правовые основы контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации

Риск-ориентированный подход и профилактика нарушений обязательных требований.

РАЗДЕЛ 2. КОНТРОЛЬНО-НАДЗОРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема 2.1. Общие положения организации контрольно-надзорной деятельности в сфере туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса

1.	Использование для дезинфекции сертифицированных дез.средств.	Наличие сертификатов качества, соответствия продукции
2.	Наличие дозаторов с антисептиками в общественных местах.	Издание приказа об установке дозаторов в общественных местах (с указанием перечня). Размещение дозаторов в общественном месте.
3.	Наличие запаса дез.средств и антисептиков на 5 суток.	Наличие приказа о соблюдении требования с указанием среднего расчета необходимых средств. Оформление соответствующего договора, товарных накладных.
4.	Проведение влажной уборки со спец.средствами по определенному графику	Наличие графика уборки или журнала уборки
5.	Проведение обеззараживания воздуха в общественных местах	Установка спец оборудования в соответствующих местах на постоянной основе. Установка оборудования на временной основе с ведением журнала проведения обеззараживания воздуха

6.	Назначение ответственного сотрудника гостиницы, контролирующего соблюдение настоящих рекомендаций	Издание приказа о назначении ответственного лица
7.	Обеспечение, приобретения гостями СИЗ, антисептика	Предоставление гостям СИЗ безвозмездно или продажа необходимых средств.
8.	Проведение термометрии не менее 2-х раз в день (утром и вечером).	Ведение журнала с указанием показателей температуры у каждого сотрудника компании. Наличие прибора для измерения температуры.
9.	Соблюдение персоналом гостиницы использования масок и перчаток	Издание приказа о необходимости соблюдения «масочно-перчаточного» режима на период карантина на территории работодателя
10.	Запрет приема пищи персоналом на рабочих местах	Издание соответствующего приказа

Направления минимизации рисков в случае проведении проверки со стороны Роспотребнадзора по организации работы гостиниц

Тема 2.2. Виды проверок предприятий отрасли туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса и органы, их осуществляющие

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПОДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОЦЕНКА СООТВЕТСТВИЯ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ СИСТЕМЕ КЛАССИФИКАЦИИ ГОСТИНИЦ В РФ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения

размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация –педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Государственное регулирование средств размещения в РФ	
Тема 1.1. Государственное регулирование в РФ	Показатели качества гостиничных услуг. Нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность гостиничного бизнеса
Тема 1.2. Зарубежный опыт государственного регулирования	Международные правовые акты, их назначение. Международные стандарты. Содержание и назначение Гаагской декларации межпарламентской конференции по туризму
РАЗДЕЛ 2. Система классификация гостиниц в РФ	
Тема 2.1. Организационно-правовые формы организации деятельности гостиниц.	Организационно-правовые формы организации деятельности сфере туризма, гостеприимства и общественного питания; ответственность
Тема 2.2. Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.	Договоры в сфере гостиничной деятельности и общественного питания; договоры, заключаемые туроператорами в целях обеспечения возможности предоставления услуг и услуг по размещению и питанию туристам в составе туристского продукта; Договор аренды; Договор об оказании гостиничных услуг.
РАЗДЕЛ 3. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания	
Тема 3.1. Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.	Понятия «трудовые ресурсы», в науке и практике экономики, управления.
Тема 3.2. Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.	«Трудовой потенциал» общества, организации, отдельного работника; мотивация и стимулирование

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться вразличных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию,

разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика)– метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий),

рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Государственное регулирование средств размещения в РФ

Тема 1.1. Государственное регулирование в РФ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность гостиничного бизнеса.
2. Должностная инструкция сотрудников служб гостиницы.
3. Международные правовые акты, их назначение.
4. Международные стандарты.
5. Исполнительные и законодательные органы государственной власти всех уровней, регулирующие гостиничный бизнес.

Тема 1.2 Зарубежный опыт государственного регулирования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Международные правовые акты, их назначение.

2. Международные стандарты.

3. Содержание и назначение Гаагской декларации межпарламентской конференции по туризму (1989 г.).

4. Назначение шенгенского соглашения (14 июня 1985 г.).

РАЗДЕЛ 2. Система классификация гостиниц в РФ

Тема 2.1. Организационно-правовые формы организации деятельности гостиниц.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и сущность туристского права.
2. Предмет правового регулирования туристского права.
3. Исторические этапы развития туристского права.
4. Понятие и виды туристских правоотношений.
5. Субъекты, объекты и содержание туристских правоотношений.

Тема 2.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.

Вопросы для самоподготовки:

1. Источники туристского права, их виды, система.
2. Закон о туристской деятельности — как основа туристского права
3. Понятие и виды туристкой деятельности.
4. Правовая основа туристской деятельности: общая характеристика.
5. Договор на оказание услуг по туристическому обслуживанию: понятие, стороны, существенные условия, права и обязанности сторон.

РАЗДЕЛ 3. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания

Тема 3.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

Вопросы для самоподготовки:

1. Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.
2. Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.
3. Договоры в гостиничной деятельности: понятие, виды, общая характеристика.
4. Договор об оказании гостиничных услуг: понятие, стороны, существенные условия, права и обязанности сторон.

Тема 3.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.

Вопросы для самоподготовки:

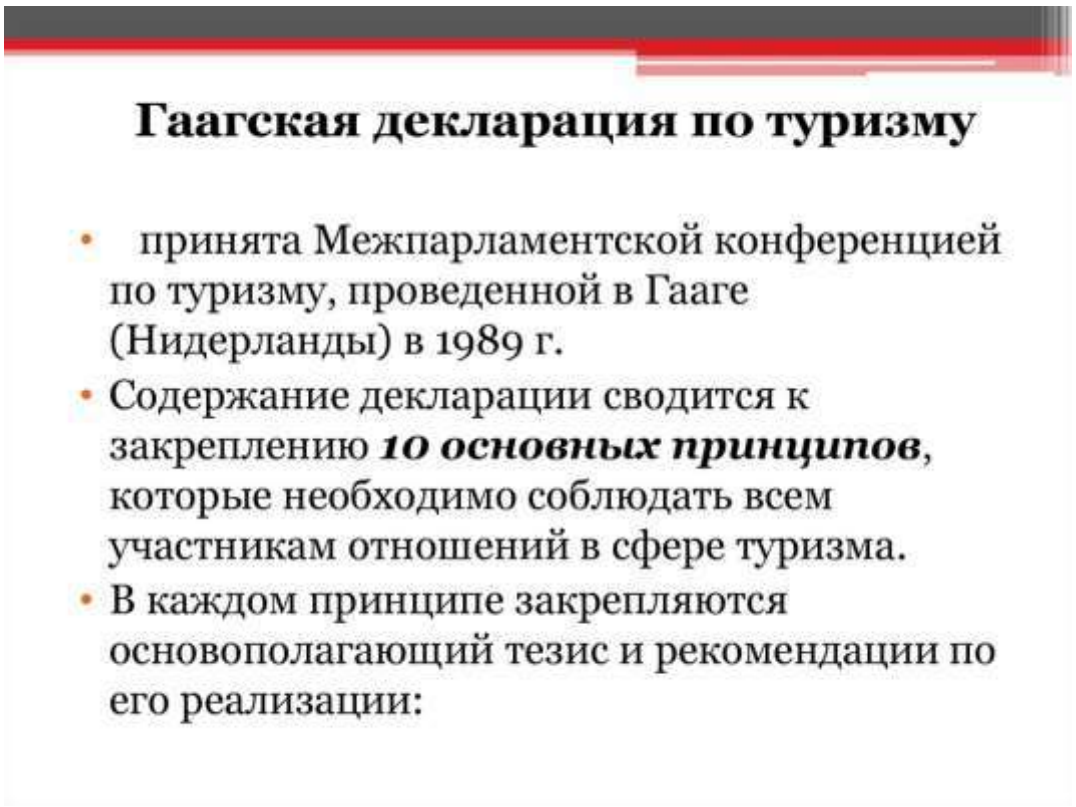
1. Договоры на оказание услуг общественного питания: понятие, виды, общая характеристика.
2. Публичное регулирование деятельности по организации общественного питания.
3. Публичное регулирование деятельности по организации гостиничной деятельности.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Государственное регулирование средств размещения в РФ

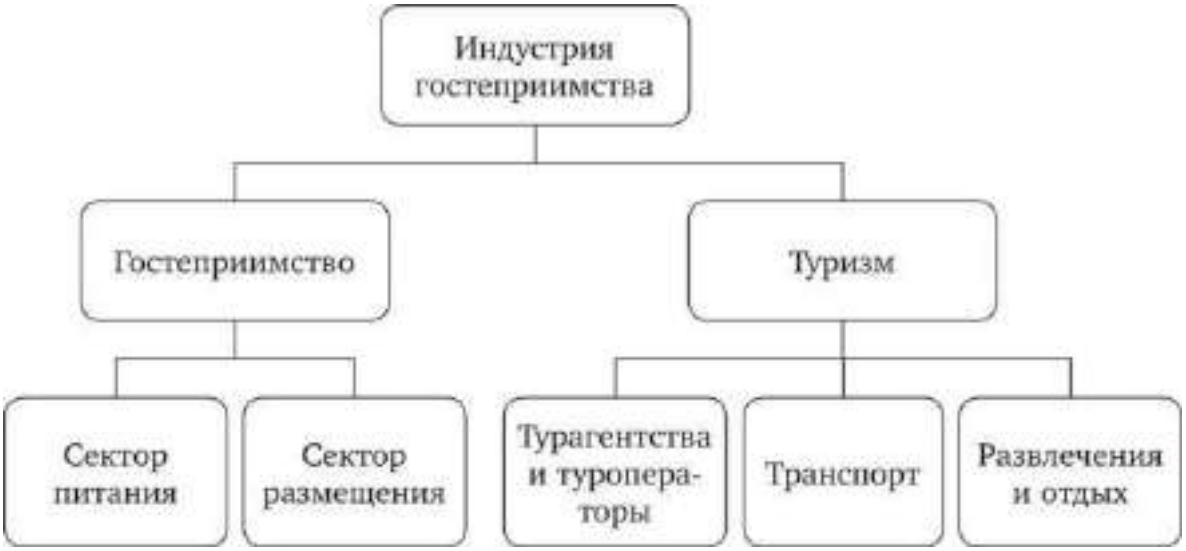
Тема 1.1. Государственное регулирование в РФ.

Тема 1.2 Зарубежный опыт государственного регулирования.

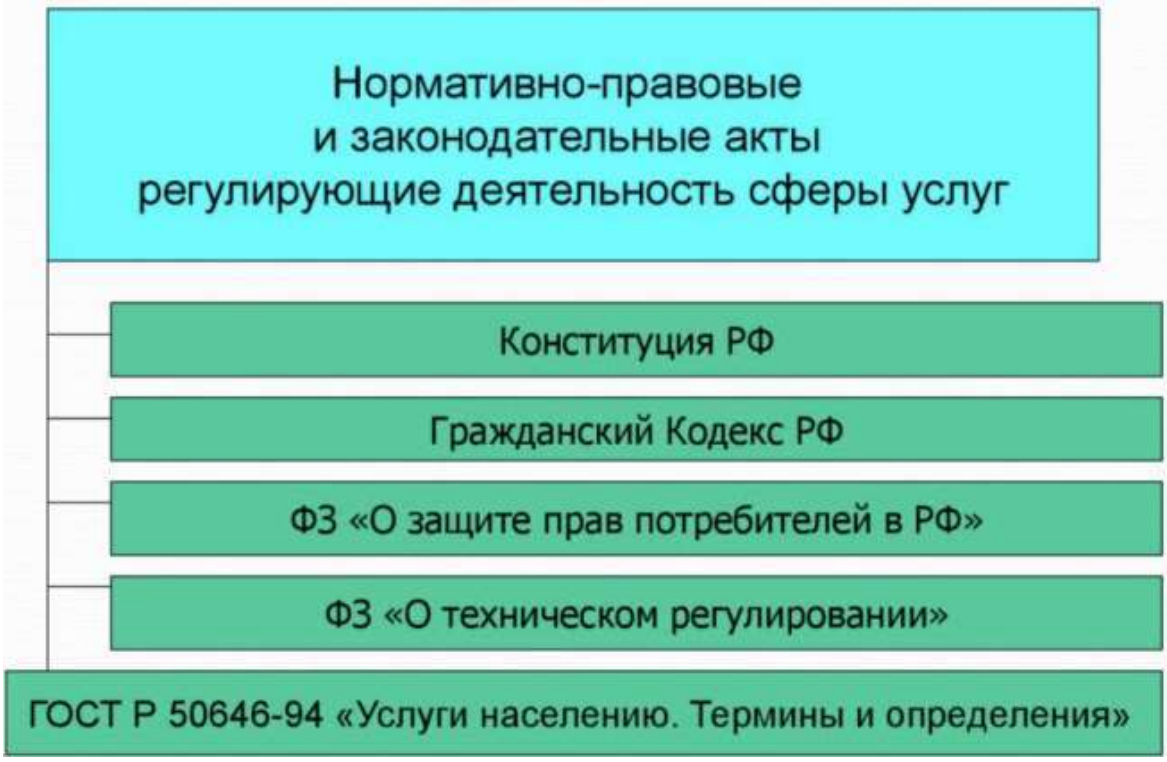


РАЗДЕЛ 2. Система классификация гостиниц в РФ.

Тема 2.1. Организационно-правовые формы организации деятельности гостиниц.



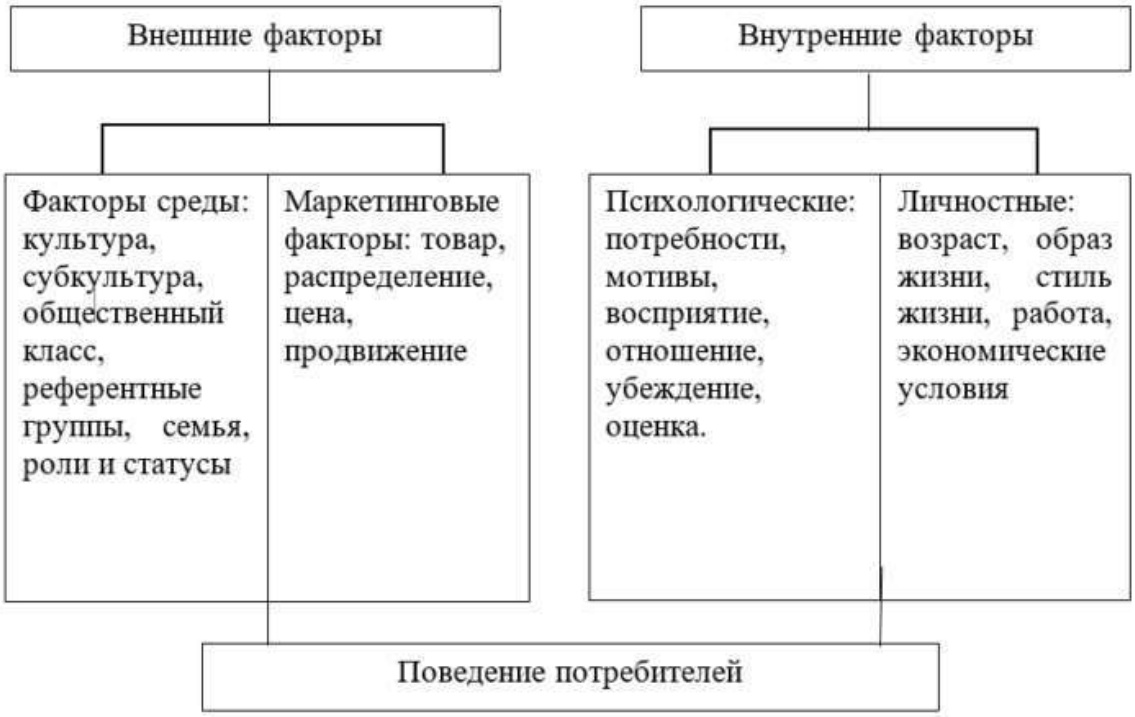
Тема 2.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.



РАЗДЕЛ 3. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания.

Тема 3.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

Тема 3.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСАМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и

выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и

подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина - **Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ**

2. РАЗДЕЛ 1. Государственное регулирование средств размещения в РФ /Тема Государственное регулирование в РФ.

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность гостиничного бизнеса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Стандартизация в гостиничном сервисе	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Современное нормативно-правовое регулирование отношений по оказанию гостиничных услуг основано на положениях ч.1 ст.8 Конституции Рф, которое провозглашает, что «в РФ гарантируется единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств…», а также закрепляет основные права и свободы человека и гражданина, важные для этой сферы, в том числе право свободно передвигаться, выбирать место пребывания и жительства, право на отдых. В ГК РФ услуги выделены в самостоятельный объект, а регулированию договорных отношений по оказанию услуг посвящена гл.39 ГК РФ «Возмездное оказание услуг». Однако в перечне услуг нет указания на гостиничные услуги, но это не значит, что правила гл.39 не применяются к данным отношениям.

1. Тема лекционного занятия «Государственное регулирование в РФ».

Текст лекции.

Современное нормативно-правовое регулирование отношений по оказанию гостиничных услуг основано на положениях ч.1 ст.8 Конституции Рф, которое провозглашает, что «в РФ гарантируется единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств…», а также закрепляет основные права и свободы человека и гражданина, важные для этой сферы, в том числе право свободно передвигаться, выбирать место пребывания и жительства, право на отдых.В ГК РФ услуги выделены в самостоятельный объект, а регулированию договорных отношений по оказанию услуг посвящена гл.39 ГК РФ «Возмездное оказание услуг». Однако в перечне услуг нет указания на

гостиничные услуги, но это не значит, что правила гл.39 не применяются к данным отношениям.

Следующий источник правового регулирования деятельности по оказанию гостиничных услуг: Федеральный закон от 24 ноября 1996 года №132- ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». Данный Закон декларирует, что одной из основных целей государственного регулирования туристской деятельности это-развитие гостиниц, а услуги по размещению являются составной частью туристского продукта.

Важную роль в регулировании деятельности по оказанию гостиничных услуг играет Закон РФ от 7 февраля 1992 года № 2300-1 « О защите прав потребителей», который регламентирует взаимоотношения, возникающие между потребителем и исполнителем услуг, в том числе гостиничных, определяет права потребителей по приобретению услуг надлежащего качества, безопасных для их жизни и здоровья, на получение информации об услугах и их исполнителях, государственную и общественную защиту.Национальный стандарт РФ ГОСТ « Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» даёт определения таким понятиям, как «средство размещения», «гостиница», «номер», а также устанавливает виды средств размещения и номеров в средствах размещения. Одним из основных источников правового регулирования отношений по оказанию гостиничных услуг являются «Правила предоставления гостиничных услуг», которые приняты постановлением Правительства РФ от 25 апреля 1997 года №490. В Правилах предоставления гостиничных услуг содержится определения понятия «гостиница» и устанавливается, кто может являться стороной договора об оказании гостиничных услуг и определяют права, обязанности, ответственность сторон по такому договору. В данных Правилах потребителем считается гражданин, который имеет намерение заказать либо который заказывает и использует услуги исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с предпринимательством. Отношения между потребителями и исполнителями регулирует Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Правилами предусмотрены:

• Порядок доведения до потребителей информации об исполнителе, о предоставляемых услугах, сведений о сертификации услуг, информации о порядке оформления проживания в гостинице и оплаты услуг

• Порядок предоставления услуг, ответственность исполнителя за сохранность вещей потребителя;

• Ответственность исполнителя за вред, причинённый жизни, здоровью и имуществу потребителя, а также компенсация морального вреда,

• Возмещением потребителем ущерба в случае утраты или повреждения им имущества гостиницы.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Должностная инструкция сотрудников служб гостиницы.
2. Международные правовые акты, их назначение.
3. Международные стандарты.
4. Исполнительные и законодательные органы государственной власти всех уровней, регулирующие гостиничный бизнес.
5. Правила внутреннего распорядка для работников гостиниц

1. Учебная дисциплина - **Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ**

2. РАЗДЕЛ 1. Государственное регулирование средств размещения в РФ /Тема Организация деятельности в индустрии гостеприимства.

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Изучение организационно-правовых форм предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Ответственность предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

В соответствии с ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (24.11.96г. №132-ФЗ) основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются:

-обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;

-охрана окружающей природной среды;

- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;

- развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Российской Федерации, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия.

1. Тема лекционного занятия «Организация деятельности в индустрии гостеприимства».

Текст лекции.

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма.

Государственное регулирование туристской деятельности осуществляется путем:

-создания нормативных правовых актов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристской индустрии;

-содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;

-защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности;

- лицензирования, стандартизации в туристской индустрии, сертификации туристского продукта;

-установления правил въезда в Российскую Федерацию, выезда из Российской Федерации и пребывания на территории Российской Федерации с учетом интересов развития туризма;

-прямых бюджетных ассигнований на разработку и реализацию федеральных целевых программ развития туризма;

-создания благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;

- налогового и таможенного регулирования;

-предоставления льготных кредитов, установления налоговых и таможенных льгот туроператорам и турагентам, занимающимся туристской деятельностью на территории Российской Федерации и привлекающим иностранных граждан для занятия туризмом на территории Российской Федерации;

-содействия кадровому обеспечению туристской деятельности;

-развития научных исследований в сфере туристской индустрии;

-содействия участию российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений в международных туристских программах;

-обеспечения картографической продукцией;

- иными способами, применяемыми в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Координацию туристской деятельности в Российской Федерации осуществляет федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма.

№8 Емкость рынка услуг предприятий отрасли.

Емкость рынка – это совокупный платежеспособный спрос покупателей; возможный годовой объем продаж определенного вида товара при сложившемся среднем уровне цен. Емкость рынка зависит от степени освоения данного рынка, эластичности спроса, от изменения экономической конъюнктуры, уровня цен, качества товара и затрат на рекламу. Емкость рынка характеризуется размерами спроса населения и величиной товарного предложения.

Емкость рынка ресторанных услуг - их потенциальный объем в стоимостном или натуральном выражении. Емкость рынка зависит от многих факторов и определяется для определенного промежутка времени. При оценке емкости рынка необходимо учитывать следующие группы факторов: географические, социально-экономические, и ряд специфических факторов (например изменения моды, появление новых технологий и оборудования которые трудно прогнозируемы).

Следует различать два уровня емкости рынка: **потенциальный** и **реальный.** Действительной емкостью рынка является первый уровень. **Потенциальный уровень** определяется личными и общественными потребностями и отражает адекватный им объем реализации товаров. Реально складывающаяся емкость рынка может и не соответствовать его потенциальной емкости. Расчет емкости рынка должен носить пространственно-временную определенность.

Емкость рынка формируется под влиянием множества факторов, каждый из которых может в определенных ситуациях как стимулировать рынок, так и сдерживать его развитие, ограничивая его емкость.

При составлении модели развития рынка необходимо:

1)определение перспектив развития конкретного рынка не может осуществляться изолировано от других социально-экономических прогнозов (демографических, региональных и т.д.), от аналогичных проектировок по взаимодополняемым и взаимозаменяемым товарам.

2) учет влияния на развитие товарного рынка большого числа факторов, тенденции развития которых в будущем могут существенно изменяться, определяет необходимость построения нескольких вариантов моделей развития рынка и нахождение оптимального варианта из нескольких.

3)определение степени агрегации товарных групп. Надо четко представить, на каком уровне следует строить прогноз емкости.

Все эти моменты в значительной степени зависят от периода прогноза. Различают несколько видов прогнозирования: конъюнктурное (3 – 6 месяцев), краткосрочное (1 – 2 года), среднесрочное (3 – 5 лет), долгосрочное (5 – 10 лет), перспективное (более 10 лет).

Основными источниками информации о будущих характеристиках рынка являются:

человеческий опыт и интуиция;

экстраполяция тенденций, процессов, закономерности развития которых в прошлом и настоящем достаточно известны;

модель исследуемого процесса, отражающая или желательные тенденции его развития.

№ 9. Индустрия гостеприимства и ее основные сегменты.

Ресторанный бизнес (общепит, внедомашнее питание) – отрасль, удовлетворяющая разнообразные потребности общества в питании и отдыхе вне дома. Осуществляет производство, реализацию и организацию потребления кулинарной продукции.

Ресторан – тип предприятия питания, в котором создаются условия не только для питания, но и для отдыха.

Гостиничный бизнес – удовлетворяет общественные потребности во временном размещении людей (сон и отдых, кров, безопасность).

Гостиница – титульный вид предприятий РГБ. Это имущественный комплекс, представляющий из себя здания или часть здания с номерами и соответствующим оборудованием, имеет единое руководство и осуществляет прием, обслуживание, обеспечение отдыха и питания посетителей. Является наиболее распространенным типом коллективных средств размещения.

Туризм – это совокупность предприятий и других субъектов, удовлетворяющих потребности людей в путешествии.

РГБ относится к третичному производству.

Сюда относится:

Гостиницы и рестораны:

Деятельность гостиниц

Производство услуг

Деятельность прочих мест временного проживания

Туристический лагерь, комплекс, пансионаты, дома отдыха

Деятельность по сдаче в наем меб. Комнат

Предоставление мест временного проживания в железно-дорожных спальных вагонах и прочих транспортных средствах

Детские лагери

Деятельность ресторанов:

Деятельность основных типов предприятий питания (рестораны, кафе, бары, столовые)

Поставка продуктов общественного питания

Транспорт и связь:

Вспомогательная и дополнительная транспортная деятельность, а именно деятельность туристических агенств и организация комплексного обслуживания туристов.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Содержание и назначение Гаагской декларации межпарламентской конференции по туризму (1989 г.).
2. Назначение шенгенского соглашения (14 июня 1985 г.).
3. Государственные стандарты РФ в сфере гостиничной индустрии.

1. Учебная дисциплина - Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ

2. **РАЗДЕЛ 2. Система классификация гостиниц в РФ** /Тема 2.1 Организационно-правовые формы организации деятельности гостиниц.

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Требования к гостиницам различных категорий.	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Требования к номерам различных категорий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Согласно Закона "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации", под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25%. То есть, чисто экономический показатель - ограничение численности - дополняется ограничением в отношении вида собственности предприятия (качественной характеристикой). Предприятия, осуществляющие несколько видов хозяйственной деятельности (многопрофильные), относятся к малым по критериям того вида деятельности, который занимает наибольшую долю в объеме реализации продукции (работ, услуг).

1. Тема лекционного занятия «Организационно-правовые формы организации деятельности гостиниц».

Текст лекции.

С правовой точки зрения малое предприятие является особым хозяйствующим субъектом, отличающимся от других только своим размером. Главное, что дает статут малого предприятия - определение налоговых льгот и сисе темы защиты предпринимательской деятельности.

Предприятие может утратить статус малого:

-если оно превышает максимально установленную границу среднесписочной численности

- если при сохранении достигнутых размеров численности предприятие изменяет структуру своего производства, что влечет за собой и изменение основных показателей.

Поэтому, для того чтобы не потерять статуса малого предприятия, необходимо следить за двумя показателями:

- численностью работников

- структурой производства.

Если эти показатели выходят за установленные пределы, предприятие не прекращает своего существования. Оно продолжает функционировать, но лишается права на получение тех льгот, которые установлены для малых предприятий.

Малое предприятие может быть создано:

- гражданами, членами семьи и другими лицами, совместно ведущими трудовое хозяйство

- государственными, арендными, коллективными, совместными предприятиями, общественными организациями и их предприятиями, кооперативами, акционерными обществами, хозяйственными обществами и товариществами, хозяйственными ассоциациями, другими предприятиями и организациями, являющимися юридическими лицами - государственными органами, уполномоченными управлять государственным имуществом.

Кроме того, малые предприятия могут создаваться совместно с государственными органами, предприятиями, организациями и гражданами.

Малое предприятие может быть создано в результате выделения из состава действующего предприятия, объединения, организации одного или нескольких структурных подразделений или структурных единиц по инициативе коллектива трудящихся указанного подразделения (подразделений) или структурной единицы (единиц), если на это есть согласие собственника имущества предприятия (уполномоченного им органа предприятия, объединения, организации) и обеспечивается выполнение ранее принятых предприятием, объединением, организацией договорных обязательств. В этих случаях предприятие, объединение, организация, из которого выделилось малое предприятие, выступает его учредителем.

Существуют следующие организационно-правовые формы предприятий:

- государственное предприятие
- муниципальное предприятие
- индивидуальное (семейное) частное предприятие
- полное товарищество
- смешанное товарищество
- товарищество с ограниченной ответственностью (акционерное общество закрытого типа)
- акционерное общество открытого типа
- филиал или представительство
- предприятие, созданное на основе аренды и выкупа имущества трудовым коллективом.

Основным количественным показателем при отнесении предприятия к разряду малого на сегодняшний день можно считать среднесписочную численность работающих с разбивкой по отраслям (не более 100 человек).

Малые предприятия независимо от организационно-правовой формы подлежат государственной регистрации в местных органах власти по месту нахождения. Учредительными документами являются: решение о создании или договор учредителей, устав предприятия. Для регистрации представляются Заявление учредителя, решение о создании предприятия (договор учредителей), устав предприятия, свидетельство об уплате государственной пошлины. Устав предприятия утверждается его учредителем, в нем указывается:

1) вид предприятия, его наименование и местонахождение;
2) предмет и цели деятельности;
3) порядок образования имущества, его выкупа;
4) ресурсы -трудовые, материальные, финансовые;
5) права и ответственность;
6) условия реорганизации и прекращения деятельности.

Основным нормативным документом МП является его устав, утверждаемый его учредителями. В нем указываются:

1) вид предприятия, его наименование и местонахождение (адрес);
2) предмет и цели деятельности;
3) размер уставного капитала, организационно-правовая форма предприятия;
4) органы управления и контроля;
5) имущество и средства предприятия;
6) планирование и отчетность;
7) финансовая деятельность предприятия;
8) оплата труда на предприятии;
9) условия реорганизации и прекращения деятельности.

Руководителем предприятия малого бизнеса может быть собственник имущества предприятия. Собственник имущества может нанимать руководителя предприятия путем подписания контракта и назначения его на должность.

Главным для малого предприятия является правильное определение направления деятельности. Практика показывает, вследствие нечеткого определения стратегии предприятия не всем удается остаться на плаву.

Выбор преобладающего вида деятельности, по которому будет определена отраслевая принадлежность предприятия, - не формальный акт. От правильного выбора зависит многое.

Во-первых, появляется возможность получения определенных налоговых льгот; во-вторых, от выбора преобладающего вида деятельности и, соответственно, отраслевой принадлежности предприятия будут зависеть и максимально допустимые размеры тех параметров, по которым предприятие относится к разряду малых.

Источник:
https://m.studwood.net/731167/ekonomika/organizatsionno_pravovye_formy_predprinimatelskoy_deyatelnosti_sfere_restoranno_gostinichnogo_biznesa

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Правовой режим имущества, используемого в предпринимательской деятельности.
2. Правовой режим основных и оборотных средств, нематериальных активов.
3. Правовой режим капиталов, фондов и резервов, образуемых в процессе предпринимательской деятельности.
4. Порядок ликвидации коммерческих организаций.

1. Учебная дисциплина - Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ

2. **РАЗДЕЛ 2. Система классификация гостиниц в РФ** /Тема 2.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовоые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды договоров в сфере гостиничной деятельности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Договор оказания гостиничных услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Российский гостиничный рынок растет как в количественном, так и в качественном отношении, становясь более профессиональным и сложным (в том числе, за счет появления российских сетевых управляющих компаний – с собственными брендами и без них), поэтому возникает потребность систематизировать основные типы юридических взаимоотношений между собственниками и управляющими компаниями, а также провести базовый анализ наметившихся тенденций их изменений.

Тема лекционного занятия «Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства».

Текст лекции.

Российский гостиничный рынок растет как в количественном, так и в качественном отношении, становясь более профессиональным и сложным (в том числе, за счет появления российских сетевых управляющих компаний – с собственными брендами и без них), поэтому возникает потребность систематизировать основные типы юридических взаимоотношений между собственниками и управляющими компаниями, а также провести базовый анализ наметившихся тенденций их изменений.

Основные структуры управления гостиницами с брендом в России

В гостиничной сфере существует три основных вида договорных отношений с привлеченным оператором:

1. договор аренды (lease agreement);
2. договор управления (managementagreement);
3. договор франшизы/коммерческой концессии (franchiseagreement).

Помимо трех главных типов имеется также четвертый, гибридный договор, соединяющий в себе признаки договоров управления и франшизы (т.н. manchiseagreement). Общие характеристики каждого типа соглашений приведены ниже.

Договор аренды

В рамках договора аренды владелец передает здание гостиницы в пользование оператору, получая за это арендную плату в размере, установленном договором – обычно, это некоторая комбинация фиксированной и переменной ставки в пересчете на номер. Традиционно, в рамках договора аренды все операционные расходы являются зоной ответственности арендатора, а собственник здания несет ответственность за капитальный ремонт и улучшения. Договоры аренды в гостиничном бизнесе распространены в ряде стран «старого Евросоюза», что связано как с высокой стабильностью / прогнозируемостью доходов от бизнеса, так и с формой собственности: в большинстве своем собственниками подобных брендированных гостиниц являются крупные инвестиционные фонды или банки, которые не готовы или не имеют права в рамках собственного устава осуществлять активный мониторинг работы гостиничного оператора, поэтому согласны на минимальные риски и, следовательно, минимальную доходность инвестиций.

Хотя для многих российских собственников подобный тип взаимодействия с гостиничным оператором представляется понятным и логичным, в России подписание арендных договоров в гостиничной сфере носит единичный характер. Основная проблема – практически полный перенос бизнес-рисков на плечи арендатора, что для международных гостиничных операторов является высокорискованным занятием (особенно в условиях волатильного российского рынка). Большинство крупных международных гостиничных операторов, присутствующих в России, являются публичными компаниями, для которых подписание договора аренды создает обязательства в бухгалтерской отчетности, а значит отрицательно влияет на стоимость акций.

С целью снижения собственных рисков операторы стараются минимизировать уровень фиксированной части арендной платы, повышая при этом долю переменных доходов, фактически сводя договор аренды к минимальному гарантируемому уровню доходности.

В настоящее время в РФ имеется один подтвержденный пример существования договоров аренды в нескольких действующих гостиницах, принадлежащих одному собственнику и управляемых одним международным гостиничным оператором. Однако данное соглашение является исключением, т.к. распространяется на весь портфель гостиниц конкретного собственника, большая часть объектов которого расположена за пределами России. Более известным является неудачный пример российского сетевого гостиничного оператора, который для увеличения портфеля своих объектов подписал ряд договоров аренды (по всей видимости, с фиксированными платежами) в нескольких гостиничных комплексах, а после наступления экономического кризиса 2008-2009 гг.

вынужден был их расторгнуть из-за невозможности обслуживать арендные платежи, лишившись объектов и, по сути, поставив под вопрос репутацию собственного бренда.

Договор управления

Прямой договор управления с гостиничным оператором - одна из наиболее популярных форм организации гостиничного бизнеса в России. Владелец объекта сохраняет права собственности на здание и оборудование (как и в первом случае), но разделяет риски ведения бизнеса с управляющей компанией, получая более высокую, чем в первом случае, прибыль. Управляющая компания, привлеченная в рамках договора, становится оператором гостиницы, обеспечивает ее функционирование в соответствии с собственными стандартами / стандартами бренда и подключение к международным сетям бронирования (в случае заключения договора управления с международной сетевой компанией).

В рамках договора оператор действует как агент собственника и, как правило, не гарантирует достижения прогнозируемых операционных результатов, а также не несет никаких связанных с гостиницей расходов (операционных или инвестиционных), которые полностью компенсируются собственником. За свою работу управляющая компания получает различные виды вознаграждения, от оплаты услуг за техническое сопровождение проекта на этапе строительства / конвертации под стандарты конкретного бренда до вознаграждения за управление. Кроме того, собственник оплачивает ряд т.н. «централизованных услуг» оператора, которые являются расходами гостиницы по подключению к сети.

Основные условия, подлежащие обсуждению между собственником и оператором

Ниже приведен краткий список основных условий договора управления, которые обычно подлежат обсуждению между собственником и оператором:

Срок договора – типичным для гостиниц является заключение договора на длительный срок, с возможностью пролонгации. Вопрос срока действия договора является важным условием для торга, т.к. длительный подтвержденный доход важен для стоимости акций публичных компаний, каковыми является большинство международных гостиничных операторов. Поэтому при сохранении длительного срока управления оператор зачастую готов согласиться на понижение размера вознаграждения.

Техническое сопровождение проекта со стороны оператора на этапе строительства – данная услуга предоставляется всеми гостиничными операторами и является обязательной, а также желательной, т.к. для успешного и эффективного управления объектом оператору требуется гостиница, максимально полно соответствующая стандартам выбранного бренда. Важным фактором является четкое ограничение зоны ответственности оператора в ходе разработки проектной документации, а также сопровождения хода строительства и отделки, оснащения и меблировки гостиницы: роль оператора стандартно ограничивается консультациями, поэтому вся ответственность за качество работ и финального соответствия продукта стандартам бренда лежит на инвесторе и его проектной команде.

Вознаграждение за управление – традиционно делится между «собственно вознаграждением за управление», компенсирующим расходы оператора, и «поощрительным вознаграждением» - основным источником прибыли для управляющей компании. Практически стандартным вариантом в настоящее время является формирование обоих видов вознаграждения по возрастающей шкале:

Для базового вознаграждения (BaseorBasicManagementFee), рассчитываемого от полной выручки гостиницы, возрастающая шкала действует в течение первых нескольких лет работы предприятия, пока гостиница не вышла на стабильный уровень работы, что должно частично компенсировать затраты собственника на реализацию инвестпроекта.

Поощрительное вознаграждение (IncentiveFee) обычно берется в процентах от показателя валовой операционной прибыли (выручка за вычетом операционных расходов гостиницы и базового вознаграждения) и также может рассчитываться по шкале, которая должна стимулировать оператора на оптимизацию доходов и расходов. Приемлемым вариантом для

операторов сегодня является повышение процента поощрительного вознаграждения в зависимости от повышения процента ВОП.

Гарантии оператора или аналогичные платежи со стороны оператора – собственникам ряда знаковых гостиниц, особенно размещенных в центральных районах Москвы, до недавнего времени удавалось договориться с международными операторами о получении некоторых финансовых гарантий, обеспечивающих определенный уровень финансовой стабильности гостиниц в случае неудачных операционных результатов. Однако подобные «гарантии» зачастую оформляются в виде кредитов, которыми оператор может покрывать недостачу в забюджетированных доходах, однако после восстановления положительной динамики работы гостиницы средства возвращаются оператору – обычно, с процентами. Другим вариантом «финансового стимулирования» гостиничного оператора является практика выплаты оператором т.н. «денежного взноса» (keymoney) собственнику гостиницы в качестве премии при вхождении в проект. Для строящихся проектов это обычно выражается в выплате инвестору некоторой суммы практически перед открытием гостиницы. Срок выплаты имеет значение, т.к. оператору необходимо убедиться, что гостиница действительно готова к открытию, а сравнительная незначительность суммы – по сравнению с полным инвестиционным бюджетом проекта – мало влияет на сам инвестиционный бюджет, поэтому является, по сути, символическим «актом доброй воли» со стороны оператора. Денежный взнос не является кредитом, поэтому не подлежит возврату, за исключением случаев досрочного расторжения договора (срок, на который данная сумма распространяется, оговаривается заранее). Хотя многие инвесторы и финансирующие организации считают, что наличие некоторых финансовых «гарантий» или прочих выплат со стороны гостиничных операторов стимулируют их работать лучше, на деле любые финансовые инвестиции со стороны оператора ужесточают прочие коммерческие условия договора. Поэтому если у инвестора нет серьезной необходимости рассчитывать на подобные суммы, более оптимальным решением является сохранение отношений между собственником и оператором в плоскости «принципал-агент».

Отчисления в резервный фонд гостиницы (FF&EReserveFund)– данная статья расходов предусматривает ежемесячные отчисления части выручки в специально создаваемый «резервный фонд», где копятся средства для плановой замены предметов мебели, оборудования и отделки. В отличие от текущего ремонта, средства на который бюджетируются, расходуются в режиме операционных расходов и не требуют дополнительного одобрения собственником, расходы за счет средств резервного фонда относятся к тем затратам, которые увеличивают капитализацию гостиницы и подлежат бухгалтерской амортизации. Поэтому бюджет данных капитальных улучшений утверждается вместе с годовым бюджетом и может подвергаться редактированию со стороны собственника. Вместе с тем, данная часть отчислений в гостинице - во многом «бумажная», т.к. в российских объектах на практике редко происходит фактическое перечисление средств.

Тест на эффективность (PerformanceTest) – данное условие сегодня является практически обязательной частью договора управления. Его смысл – дать собственнику возможность либо досрочно расторгнуть договор с неэффективным оператором, либо получить денежную компенсацию недополученной прибыли (по выбору оператора), если в течение ряда периодов операционные результаты гостиницы не достигают забюджетированных, а также оказываются гораздо худшими, чем в сравнимых гостиницах-конкурентах. Важно отметить, что при наличии любых финансовых поступлений от оператора (в виде финансовых гарантий или денежного взноса) данный тест не применяется.

Ограничение конкуренции – данное условие ставит целью ограничение возможности гостиничного оператора по открытию новых гостиниц выбранного бренда в зоне определенного радиуса вокруг определенной гостиницы на некий фиксированный срок. Операторы обычно соглашаются с тем, что появление новых гостиниц, находящихся под управлением одной компании, вблизи уже действующей создает конкуренцию и может негативно повлиять на операционные доходы собственника.

Прочие важные условия договора управления, обычно не подлежащие обсуждению

Другие важные моменты, присутствующие в договоре управления:

Централизованные услуги. Основная цель подключения новой гостиницы к международной гостиничной сети – в возможности использования преимуществ международных сетевых операторов с собственными централизованными услугами маркетинга и продаж, системами бронирования, а также программами лояльности клиентов. Часть данных централизованных услуг является обязательной и оплачивается по фиксированным тарифам всеми участниками гостиничной сети (т.е. тарифы, применяемые внутри сети, не подлежат редактированию для отдельных членов сети, чтобы не создавать прецедентов и не ставить других членов гостиничной сети в заведомо невыгодное положение). Другие типы централизованных услуг могут быть необязательными и поэтому оплачиваются гостиницей только при наличии экономического эффекта от их использования. Список обязательных централизованных услуг, в основном, ограничен следующими типами:

Система бронирования - обычно формируется в процентах от выручки от продажи номеров + определенная сумма за каждую подтверждённую бронь (стоимость варьируется в зависимости от канала бронирования, включая каналы OTA, с которыми у крупных международных операторов имеются собственные соглашения).

Централизованный маркетинг – обычно формируется в процентах от выручки от продажи номеров.

Программа постоянного гостя / программа лояльности оператора - обычно рассчитывается в процентах от суммы, потраченной в отеле гостями–держателями карточек программы. При бесплатном проживании в отеле держателей карточек программы отель получает оплату за проживание (компенсацию) от гостиничного оператора.

Работы по подготовке гостиницы к открытию. Данные работы являются важнейшей частью запуска гостиницы и начинаются за несколько месяцев до открытия объекта для клиентов (от 4-6 месяцев для гостиниц стандарта Economy / Mid-market до 9-12 месяцев для гостиниц стандарта Upscale / Upper-Upscale / Luxury). Основную долю данных затрат составляет оплата труда персонала будущей гостиницы, в первую очередь, Генерального управляющего (самого высокооплачиваемого сотрудника гостиницы). Расходы собственника на данном этапе составляют часть общего инвестиционного бюджета и напрямую зависят от того, насколько точно оператор и собственник спрогнозировали дату открытия гостиницы. Бюджет по подготовке к открытию готовится оператором заранее, причем у ряда операторов он включается в договор управления в качестве составной части – причем, сумма бюджета не меняется, если только не имеет место сдвиг ожидаемой даты открытия из-за задержек в графике строительных работ. Другие гостиничные операторы представляют подобный бюджет ближе к завершению строительства, однако в этом случае собственнику желательно уже на этапе переговоров получить хотя бы общее представление о порядке цифр. Также, часть операторов отдельно выделяет вознаграждение за работы по запуску гостиницы. Наконец, при подготовке к открытию собственник также обязан перечислить гостинице начальный оборотный капитал, который используется для покрытия начальных операционных затрат объекта, включая налоги.

Механизмы контроля собственника за управленческими решениями оператора

Хотя базовым постулатом договора управления является принцип невмешательства (non-interference) собственника в профессиональное выполнение гостиничным оператором своих обязанностей по управлению гостиницей и всеми вытекающими из этого необходимыми действиями, у собственника все же имеется ряд механизмов, которые позволяют ему влиять на ряд важных решений оператора. Основные подобные механизмы перечислены ниже:

Согласование годового бюджета – за редким исключением, большинство международных гостиничных операторов согласны с базовым принципом целесообразности утверждения собственником годового бюджета гостиницы, хотя оператор оставляется за собой право оспорить мнение собственника по любому пункту бюджета. В случае возникновения спорных ситуаций годовой бюджет считается принятым за исключением оспариваемых статей расходов, которые обычно направляются для рассмотрения профессиональным консультантам/аудиторам.

Право заключения оператором договоров аренды – в случае наличия в гостиницах пригодных для аренды помещений (например, для установки банкомата, открытия банковского офиса или организации сувенирного киоска и проч.), договоры аренды на такие помещения обычно заключаются в ходе текущей операционной деятельности гостиничного оператора, при этом доход считается доходом гостиницы и включается в базу, от которой рассчитывается вознаграждение оператора. При этом нормальной практикой считается ограничивать право оператора на заключение договоров, которые имеют длительный срок действия или превышают заранее оговоренную сумму, или же не могут быть расторгнуты без штрафа с уведомлением за достаточно короткий срок. Данная практика логична с точки зрения собственника, так как в случае продажи гостиницы создает обязательства перед третьими сторонами, что может влиять на рыночную стоимость актива.

Ограничения на право оператора производить закупки на крупные суммы – данное требование является спорным моментом в переговорном процессе, так как при наличии утвержденного собственником годового бюджета гостиницы оператор считает любые «торможения» на этапе оплаты средств поставщикам – в ходе нормальной деятельности гостиницы – серьезным препятствием к выполнению оператором своих обязанностей в ходе управления гостиницей. Таким образом, налицо нарушение собственником основного постулата договора управления о невмешательстве (см. выше). В качестве компромисса обычно можно согласовать право отдельного одобрения собственником только на оплаты крупных сумм – минимальная граница для таких сумм устанавливается в ходе переговоров и зависит от параметров конкретной гостиницы (и объема денежных потоков, которые она генерирует в ходе обычной деятельности). Особо следует отметить, что любые материальные потери собственника в результате нечестного и откровенно мошеннического поведения со стороны оператора (обычно в лице руководителей гостиницы) страхуются за счет приобретения полиса страхования для подобных случаев.

Регулярные встречи и отчетность оператора перед собственником – как правило, в договоре управления содержится отдельный пункт, закрепляющий за оператором обязанность по проведению регулярных встреч с собственником (на уровне регионального руководителя операционным бизнесом оператора) с целью обсуждения работы гостиницы и возможных разъяснений по принимаемым Генеральным управляющим операционных решений. Регулярная отчетность также обязывает оператора заранее информировать собственника о любых прогнозируемых кассовых разрывах в операционной деятельности гостиницы (например, ввиду ожидаемого сезонного снижения выручки, в результате чего может возникнуть дефицит средств для оплаты труда персонала, оплаты коммунальных платежей, а также погашения налогов), для предотвращения которого собственник обязан пополнить оборотный капитал гостиницы на обоснованную оператором сумму.

Как показывают перечисленные выше пункты, наличие жестко сформулированного запрета для собственника вмешиваться в повседневную деятельность оператора не мешает ему осуществлять активный мониторинг работы оператора в наиболее существенных сферах операционных расходов гостиницы. Наиболее въедливые собственники, стремящиеся вникнуть в детали операционного управления, привлекают сторонних консультантов для операционного аудита (assetmanagement), который может принимать различные формы: от участия профессионального гостиничного консультанта в анализе предложенного оператором годового бюджета до планового мониторинга операционной деятельности гостиницы с помесячным, поквартальным или годовым интервалом.

Договор франшизы / коммерческой концессии

Договор франшизы / коммерческой концессии в гостиничной сфере действует аналогично договору франшизы в торговой сфере, предоставляя собственнику возможность подключить свой объект к известной гостиничной сети, обладающей узнаваемой торговой маркой (брендом) с целью использования преимуществ данной узнаваемости для привлечения клиентов, а также получения доступа к системе продаж оператора и прочим наработанным гостиничным стандартам и технологиям. В свою очередь, гостиничный оператор получает возможность расширения сети своих объектов с минимальными

финансовыми и временными усилиями. Главное – убедиться, что продукт соответствует техническим стандартам бренда, а штат обладает необходимой квалификацией и прошел обучение операционным стандартам выбранной гостиничной сети и бренда.

Ниже перечислены основные расходы собственника гостиницы при выбора договора франшизы:

Единовременный платеж за право оформления договора франшизы – данная статья расходов в настоящее время включает в себя непосредственно плату за рассмотрение заявки на оформление франшизы (т.н. applicationfee), оплату услуг оператора по техническому сопровождению проекта, запуску гостиницы, установку IT-систем, а также тренингу персонала – все в сокращенном объеме (по сравнению с вовлечением оператора в случае подписания договора управления). Размер подобного платежа зависит от категории гостиницы, а также от того, является ли гостиница действующим объектом или только строится.

Лицензионный платеж (плата за использование торговой марки) – обычно, для гостиниц стандарта Economy / Mid-market стандартный уровень лицензионного платежа составляет процент от выручки от продаж номеров, а для гостиниц стандарта Upscale / UpperUpscale к этому платежу добавляется процент от выручки от продаж питания и напитков. По аналогии с договором управления, операторы обычно готовы формировать лицензионное вознаграждение по восходящей шкале, когда в первые несколько лет лицензионный платеж несколько ниже стандартного, чтобы компенсировать расходы собственника по подключению гостиницы к системе оператора и дать ей возможность выйти на стабильный уровень работы.

Централизованные услуги применяются по той же схеме, что и в варианте договора управления: в случае обязательных централизованных услуг, последние оплачиваются в полном объеме в соответствии с тарифами гостиничного оператора. Необязательные (опционные) централизованные услуги определяются для каждой гостиницы индивидуально и согласовываются с собственником на этапе формирования годового бюджета.

Ограничение конкуренции – для держателя франшизы ограничения по возможной конкуренции со стороны других гостиниц, готовых заработать под тем же брендом в непосредственной близости от его объекта, может являться существенным фактором при подписании договора франшизы, поэтому гостиничный оператор обычно готов отказаться от подобного расширения портфеля в течение некоторого ограниченного периода времени после подписания данного договора.

Гибрид договора управления и договора франшизы (Manchise)

Поскольку manchise как тип договора появился сравнительно недавно, сегодня в гостиничной сфере существуют различные трактовкиданной гибридной модели договора. В понимании международных сетевых операторов manchise – это «образовательная» переходная модель договора, где на начальном этапе работы сетевой оператор работает на объекте на принципах договора управления, а через несколько лет «передает» собственнику роль управляющего - по мере накопления последним необходимого опыта и формирования им профессиональной команды для управления гостиницей - переходя на договор франшизы. Переходный период может занять 3-5-7 лет, причем на этот период стороны могут согласовать определенный уровень показателей эффективности гостиницы, по достижении которого будет совершен переход к отношениям по модели договора франшизы. До сих пор модель manchise не получила должного распространения в России, в первую очередь, ввиду нехватки опытного местного персонала, которому со временем может быть передано управление гостиницей. Решение в пользу описанной модели может являться целесообразным, если в планах собственника – построение собственного бизнеса гостиничного управления, для чего необходим первичный «образовательный» период с участием крупного сетевого оператора. Более того, в российской практике имеются случаи, когда собственник отказывался воспользоваться правом перехода с договора управления на

договор франшизы через положенный срок, убедившись в эффективности работы механизмов прямого управления сетевой гостиничной компании.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Правовой режим денежных средств, иностранной валюты и ценных бумаг.
2. Понятие и правовое регулирование оценочной деятельности.
3. Понятие, признаки и правовое регулирование несостоятельности (банкротства).
4. Субъекты банкротства, их права и обязанности.

1. Учебная дисциплина - Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ

2. РАЗДЕЛ 3. **Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания**

/ Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Трудовые ресурсы в экономике и управление	Опрос, оценка знаний студентов
2	Трудовой потенциал работников гостиничных предприятий	Опрос, оценка знаний студентов

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Труд - это целесообразная деятельность человека, в процессе которой создаются материальные и духовные ценности. Процесс труда есть процесс воздействия человека на элементы природы в целях приспособления их к своим потребностям. Процесс труда включает следующие элементы: средства труда, предмет труда и непосредственно сам труд человека. Без средств производства немыслим процесс труда, но и без труда человека средства производства мертвы и ничего не могут создать. Только труд людей приводит в действие средства производства, содействует реализации их целей. Создавая средства и предметы труда и воздействуя на природу, человек изменяет и самого себя, развивая свои навыки и знания.

Тема лекционного занятия «Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика».

Текст лекции.

Понятие и состав трудовых ресурсов

Труд является экономической категорией и характер его определяется производственными отношениями. Осуществляемые в АПК России преобразования направлены на изменение производственных отношений, превращение значительной части наемных работников в собственников земли и других средств производства, на развитие у крестьян инициативы и предприимчивости. Создаются условия, чтобы человек относился к труду, своему делу не безразлично, не как наемный поденщик, а по-хозяйски, с ответственностью за конечные результаты.

Трудовые ресурсы - это часть населения страны, обладающая совокупностью физических возможностей, знаний и практического опыта для работы в народном хозяйстве. Трудовые ресурсы включают в себя все трудоспособное население в возрасте от 16 до 55 лет - для женщин и от 16 до 60 лет - для мужчин, а также лиц старше и моложе трудоспособного возраста, фактически занятых в народном хозяйстве (работающие пенсионеры и школьники).

Трудовые ресурсы как главная и производительная сила общества представляют собой важный фактор производства, рациональное использование которого обеспечивает рост производства в АПК и его экономической эффективности.

Экономически активным населением (рабочей силой) называется совокупность лиц, потенциально способных участвовать в производстве товаров и оказании услуг. Оно включает как занятых, так и безработных; на 1 января 2001 г. его численность составила 72,4 млн человек, или около 50 % населения страны.

Занятое население - это лица, вовлеченные в производственную и непроизводственную деятельность. К ним относят работающих по найму, предпринимателей, лиц свободных профессий, военнослужащих, учащихся очной формы профессионального обучения; их численность на начало 2002 г. составляла 65 млн человек.

К **безработным** относят трудоспособных граждан, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в службе занятости в целях поиска подходящей работы и готовы приступить к ней.

В сельском хозяйстве в настоящее время занято 7,7 млн человек, или 12 % общей численности занятых в отраслях народного хозяйства. Из них на сельскохозяйственных предприятиях работает 3,8 млн человек (50 % всех занятых в сельском хозяйстве).

Трудовые ресурсы сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий подразделяют на производственный персонал и персонал, занятый в непроизводственных подразделениях (работники жилищно-коммунального хозяйства, культурно-бытовых и детских учреждений и др.).

Производственный персонал - это работники, занятые в производстве и его обслуживании. По отраслевой принадлежности их подразделяют на работников сельского хозяйства, промышленности и т.д.

Трудовые ресурсы включают несколько категорий работников: руководители, специалисты, рабочие, служащие, младший обслуживающий персонал. Самой многочисленной категорией производственного персонала являются *рабочие* - работники, непосредственно занятые созданием материальных ценностей или работами по оказанию производственных услуг; они подразделяются на основных и вспомогательных.

К основным относят работников, непосредственно создающих продукцию и занятых осуществлением технологических процессов, к вспомогательным - рабочих, занятых обслуживанием основного производства, а также всех рабочих вспомогательных подразделений.

По длительности пребывания на предприятии рабочих подразделяют на постоянных, сезонных и временных. Постоянными считаются принятые на работу без ограничения срока или на срок более 6 мес, сезонными - поступившие на период сезонных работ (сроком не более 6 мес), временными - на срок до 2 мес, а при замещении временно отсутствующих работников - до 4 мес.

Постоянные рабочие подразделяются по профессиям (трактористы-машинисты, комбайнеры, операторы машинного доения, скотники и т.д.), квалификации (тракторист-машинист I, II, III класса и др.), возрасту, полу, стажу, образованию и т. д.

Руководители и специалисты осуществляют организацию производственного процесса и руководство им. К руководителям на сельхозпредприятиях относятся директор (председатель), главный экономист, бухгалтер, инженер, агроном, зоотехник, механик и другие главные специалисты, а также их заместители.

Специалисты - это работники, имеющие высшее или среднее специальное образование: экономисты, агрономы, зоотехники, инженеры, механики, бухгалтеры и др.

К категории *служащих* относятся работники, осуществляющие подготовку и оформление документов, учет и контроль, хозяйственное обслуживание (кассиры, делопроизводители, секретари-машинистки, статистики, учетчики, табельщики и т. д.).

Младший обслуживающий персонал *занимает должности по уходу* за служебными помещениями, а также по обслуживанию других работников (дворники, уборщицы, курьеры и др.).

Трудовые ресурсы предприятия имеют определенные количественные, качественные и структурные характеристики, которые измеряются соответствующими абсолютными и относительными показателями: структура работников предприятия; среднесписочная и среднегодовая численность работников; коэффициент выбытия кадров; коэффициент текучести кадров; коэффициент приема кадров; коэффициент стабильности кадров; средний стаж работы по отдельным категориям работников.

Структура трудовых ресурсов предприятия - это процентное соотношение различных категорий работников в их общей численности. В структуре персонала сельскохозяйственных предприятий работники, занятые в сельскохозяйственном производстве, занимают 85 - 90 %, в том числе постоянные рабочие 70 - 75 % (из них трактористы-машинисты - 13 -18 %), сезонные и временные рабочие 5 - 8 %, руководители и специалисты 8 -12 %. Эта структура определяется многими факторами: размерами и специализацией предприятия, степенью участия в интеграционных процессах, природными условиями и т. д. Она может рассчитываться и по таким признакам, как возраст, пол, уровень образования, стаж работы, квалификация и т. п.

Среднесписочная численность работников за год определяется путем суммирования аналогичного показателя за все месяцы и деления полученной суммы на 12. Точно так же среднесписочная численность за месяц рассчитывается путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день месяца и деления полученной суммы на количество календарных дней месяца (эта информация имеется в регистрах бухгалтерского учета).

Среднегодовая численность работников **определяется путем деления** всего отработанного времени работниками хозяйства за год (в человеко-часах или человеко-днях) на годовой фонд рабочего времени.

Коэффициент выбытия кадров (Квк) представляет собой отношение количества работников, уволенных по всем причинам за данный период, к среднесписочной численности работников за тот же период.

Коэффициент приема кадров определяется путем деления количества работников, принятых на предприятие за определенный период времени, к среднегодовой численности персонала за этот же период.

Коэффициент текучести кадров - отношение числа уволенных работников предприятия, выбывших за данный период по причинам текучести (по собственному желанию, за прогулы, за нарушение техники безопасности, самовольный уход и т.п. причинам, не вызванным производственной или общегосударственной потребностью) к среднесписочной численности за тот же период.

Коэффициент стабильности кадров (Кс) рекомендуется использовать при оценке уровня организации управления производством как на предприятии в целом, так и в отдельных подразделениях.

Широко распространенной формой перераспределения трудовых ресурсов является **миграция рабочей силы** - массовое перемещение и переселение трудоспособного населения. В зависимости от того, пересекается ли при этом граница страны, различают миграцию внутреннюю и внешнюю. Внутренняя миграция рабочей силы (между регионами страны, из села в город) является фактором изменения состава и размещения населения; при этом его численность не меняется. Внешняя миграция влияет на численность населения страны, увеличивая или уменьшая его на величину миграционного сальдо. Последнее представляет собой разницу между количеством людей, переселившихся за пределы страны (эмигранты), и количеством людей, переселившихся в страну из-за ее пределов (иммигранты).

Трудовые ресурсы России составляют сейчас около 50 % населения страны. Среднегодовая численность работников сельскохозяйственных предприятий за годы реформы уменьшилась, и в их составе произошли существенные изменения. В связи с созданием крестьянских (фермерских) хозяйств более 700 тыс. работников перешли из крупных сельскохозяйственных предприятий в этот сектор. В результате расширения личных подсобных хозяйств населения также увеличилось число занятых в них работников.

Особенности использования трудовых ресурсов в отраслях апк

Спецификой использования трудовых ресурсов в сельском хозяйстве и перерабатывающих отраслях является довольно высокая сезонность, вызываемая несовпадением периода производства и рабочего периода. Это особенно касается растениеводства и перерабатывающей промышленности. Сезонность приводит к резкому увеличению потребности в труде в период посевных работ, ухода за растениями, уборки урожая, переработки сельскохозяйственного сырья и к столь же резкому ее уменьшению в зимний период. В животноводстве, промышленных производствах, на автотранспорте затраты труда в течение года более равномерны.

Сезонность труда характеризуется несколькими показателями.

1. *Помесячное распределение затрат труда* в процентах к годовым. При равномерном использовании труда среднемесячные затраты составляют 8,33 % (100:12).
2. *Размах сезонности* - отношение максимальных месячных затрат труда к минимальным:
3. *Коэффициент сезонности* использования трудовых ресурсов - отношение затрат труда в месяце максимального или минимального объема работ в хозяйстве к среднемесячным затратам труда:
4. *Годовой коэффициент сезонности труда* - отношение суммы отклонений фактических затрат труда по месяцам от среднемесячных к годовым затратам труда.

Сезонность труда в сельском хозяйстве полностью преодолеть невозможно; но опыт работы многих предприятий показывает, что вполне реально свести ее к минимуму. Практика выработала разнообразные **пути смягчения сезонности** использования рабочей силы в отраслях АПК, среди которых можно выделить следующие:

1) максимально возможная механизация наиболее трудоемких производственных процессов и внедрение высокопроизводительной техники и оборудования, используемых в напряженные периоды. Так, применение одного ягодоуборочного комбайна, позволяющего механизировать уборку ягод смородины, высвобождает 300 - 350 сборщиков;

2) сочетание в хозяйстве сельскохозяйственных культур и сортов с разными сроками выращивания, а также отраслей, способствующих выравниванию затрат труда. Например, выращивание ранних, средних и поздних сортов овощных культур позволяет более равномерно использовать рабочую силу во время посева (посадки) и уборки овощей;

3) развитие подсобных промыслов в сельскохозяйственных предприятиях; это позволяет занять в зимний период работников сельского хозяйства;

4) организация переработки и длительного хранения сельскохозяйственной продукции в местах ее производства, то есть развитие агропромышленной интеграции. Так, в садоводческих хозяйствах, где имеются плодохранилища, потребность в рабочей силе в период уборки сокращается в 1,5 - 2 раза, а в позднеосенний и зимний периоды значительно возрастает занятость постоянных рабочих в результате того, что товарную обработку и реализацию плодов проводят не во время уборки, а после окончания работ в саду;

5) на перерабатывающих предприятиях в период массовой поставки сырья целесообразно производить малотрудоемкую продукцию и полуфабрикаты, а в наименее напряженный (зимне-весенний) период производить из них конечную продукцию, перерабатывать сахар-сырец и т. Д.

Уменьшение сезонности труда в отраслях АПК позволяет при минимальном количестве занятых производить в течение года больше продукции.

К особенностям использования трудовых ресурсов в сельском хозяйстве относится также необходимость совмещения работниками нескольких трудовых функций, что вызвано многообразием работ и короткими сроками их исполнения; необходимость работать не только в общественном, но и в личном подсобном хозяйстве; зависимость результатов труда от

природных условий. Кроме того, использование в качестве средств производства растений и животных обусловливает специфические формы кооперации и разделения труда в отрасли.

Обеспеченность трудовыми ресурсами и эффективность их использования

Важным фактором, оказывающим влияние на уровень использования рабочей силы и эффективность агропромышленного производства, является обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами. Их недостаток может привести к невыполнению плана производства, к несоблюдению оптимальных агротехнических сроков проведения полевых работ, в конечном счете - к сокращению объема производства сельскохозяйственной продукции. Напротив, избыток рабочей силы приводит к ее неполному использованию и снижению производительности труда.

Трудообеспеченность хозяйства характеризуется количеством работников в расчете на 100 га земельной площади.

Коэффициент обеспеченности определяют как отношение наличных трудовых ресурсов к требующемуся для выполнения плана производства.

Судить об уровне обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами можно и по площади сельскохозяйственных угодий в расчете на 1 работника. Этот показатель, однако, недостаточно информативен, так как не учитывает различий между сельскохозяйственными предприятиями по уровню интенсивности и специализации. Поэтому при сравнениях лучше использовать коэффициент обеспеченности.

Эффективность использования трудовых ресурсов в первую очередь характеризуется **производительностью труда**, то есть его способностью производить в единицу рабочего времени определенное количество продукции. В экономическом анализе с этой целью используется несколько показателей, главные из которых - выработка и трудоемкость продукции.

Выработка - это объем продукции, произведенной в единицу рабочего времени либо в расчете на 1 работника за определенный период (час, смену, месяц, год). Объем произведенной продукции может измеряться как в натуральном, так и в стоимостном выражении.

Выработка в отраслях АПК рассчитывается по следующим формулам:

1. *Часовая (дневная) выработка* - отношение объема продукции в натуральном или денежном выражении (ВП) к затратам рабочего времени в человеко-часах или человеко-днях.

2. *Годовая выработка* - отношение объема валовой продукции в денежной оценке к количеству среднегодовых работников (Р).

При оценке производительности труда часто используют и обратный показатель - **трудоемкость** (Тем); она представляет собой отношение затрат рабочего времени к объему произведенной продукции (обычно в натуральном выражении). Более подробно рассмотрим на практике.

За время проведения аграрной реформы производительность труда в отраслях агропромышленного комплекса снизилась. В сельскохозяйственных предприятиях объем производства валовой продукции сельского хозяйства на 1 работника сократился почти на 25 %. Производительность труда в сельском хозяйстве России в 7 - 10 раз ниже, чем в странах с развитой рыночной экономикой.

Значительно возросла трудоемкость производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции, особенно шерсти, прироста живой массы скота, молока, подсолнечника и сахарной свеклы. Затраты труда на единицу этих продуктов увеличились почти вдвое, что в основном было вызвано снижением продуктивности животных и урожайности соответствующих культур.

Производительность труда в отраслях АПК зависит от многих природных и экономических факторов, которые можно объединить в четыре группы:

1. *Организационно-экономические* - углубление специализации, улучшение организации производства и труда, нормирования труда, ликвидация простоев по организационным причинам, сокращение численности обслуживающего персонала;

2. *Технико-экономические* - совершенствование технологии и комплексная механизация производства, применение новой техники, ликвидация простоев по техническим причинам;

3. *Социально-экономические* - совершенствование материального и морального стимулирования труда, соблюдение трудовой дисциплины, повышение квалификации работников, ликвидация текучести кадров, улучшение условия труда, быта и отдыха работников, возрождение соревнований в трудовых коллективах;

4. *Природные факторы* - климат и плодородие почв. В сельском хозяйстве в отличие от других отраслей материального производства результаты труда в большей степени зависят от природных условий. При одних и тех же затратах труда в зависимости от сложившихся погодных условий и плодородия почв можно получить разное количество продукции. Поэтому повышение производительности сельскохозяйственного труда возможно лишь при максимальном учете факторов природной среды.

Эффективность использования трудовых ресурсов во многом зависит от уровня мотивации работников. Мотивация - это система стимулов, побуждающих человека полностью использовать свои способности для достижения наивысших результатов труда.

В настоящее время наиболее действующим стимулирующим фактором является удовлетворенность человека материальными условиями его труда (включая заработную плату, премии, доплаты за стаж работы, пособия, продажу продукции своим работникам по льготным ценам и т. Д.). При этом темпы роста производительности труда должны опережать темпы роста заработной платы.

Другая важная форма мотивации производительного труда - моральное поощрение работников, их своевременное продвижение по службе, содействие росту квалификации, создание благоприятной психологической атмосферы в коллективе, поощрение самостоятельности и ответственности за порученное дело.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Защита прав и законных интересов предпринимателей.
2. Государственная регистрация хозяйствующих субъектов.
3. Лицензирование и уведомительный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

1. Учебная дисциплина - Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ

2. РАЗДЕЛ 2. **Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания**

/ Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Трудовой потенциал предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2	Мотивация и стимулирование сотрудников	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Человеческий потенциал – это имеющийся у человека запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые содействуют росту его производительности труда и влияют на величину доходов.

Тема лекционного занятия **«Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика».**

Текст лекции.

Человеческий потенциал – это имеющийся у человека запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые содействуют росту его производительности труда и влияют на величину доходов.

Свойства человеческого потенциала:

– системность (человеческий потенциал обладает системными свойствами и не сводится к простой сумме перечня качеств людей);

– внешняя обусловленность (для формирования и реализации человеческого потенциала важное значение имеют внешние по отношению к нему условия и факторы, характер среды его существования);

– непрозрачность (для человеческого потенциала характерно наличие скрытых свойств, которые при изменении определенных условий могут проявиться);

– стратегичность (свойства человеческого потенциала обуславливают возможности человеческого развития как на ближайшую перспективу, так и в более отдаленном будущем).

Принципы концептуальной схемы человеческого развития:

– производительность труда (люди должны иметь возможность повышать продуктивность своей деятельности, поэтому экономический рост, динамика занятости и оплаты труда являются составляющими моделей человеческого развития);

– равенство возможностей (ликвидация барьеров, связанных с расой, полом, местом проживания, уровнем благосостояния);

– устойчивость развития (отсутствие финансовых, социальных, демографических, экологических долгов, по которым придется платить будущим поколениям, обеспечение справедливого распределения возможностей развития между поколениями).

Человеческий потенциал: социальная сущность и содержание.

– расширение возможностей (содействие самостоятельности, повышение ответственности людей за свою судьбу, активное участие населения в процессах принятия решений);

– общественные благополучие (необходимость в социально ответственных формах развития свободных рыночных отношений, наличие чувства социальной сплоченности).

Для сопоставления уровня развития разных стран используется индекс развития человеческого потенциала, который рассчитывается, исходя из экономических (ВВП на душу населения по паритетной покупательской способности), социальных (уровень грамотности взрослого населения страны и совокупная доля учащихся) и демографических показателей (средняя продолжительность предстоящей жизни при рождении).

Исходной структурной единицей трудового потенциала является трудовой потенциал работника (личности).

Трудовой потенциал работника – это совокупность характеристик сотрудника организации, определяющих возможности и границы его участия в трудовой деятельности, используемых реально в перспективе в рамках существующей организационной среды.

Трудовой потенциал работника включает:

– психофизиологический потенциал – способности и склонности человека, состояние его здоровья, работоспособность, выносливость, тип нервной системы и т.п.;

– квалификационный потенциал – объем, глубину и разносторонность общих и специальных знаний, трудовых навыков и умений, обусловливающих способность работника к труду определенного содержания и сложности;

–личностный потенциал – уровень гражданского сознания и социальной зрелости, степень усвоения работником норм отношения к труду, ценностные ориентации, интересы в сфере труда.

Трудовой потенциал работника зависит от степени взаимного согласования в развитии психофизиологического, квалификационного и личностного потенциалов.

Трудовой потенциал организации – возможное количество и качество труда, которым располагает трудовой коллектив организации.

Трудовой потенциал страны – это совокупность располагаемых в настоящее время и предвидимых в будущем трудовых возможностей, которые характеризуются количеством трудоспособного населения, его

2. Социологическое содержание и составные элементы трудового потенциал.

Трудовой потенциал предприятия, региона, общества как система всегда больше суммы составляющих ее частей – индивидуальных трудовых потенциалов отдельных работников. Уже само объединение работников в единый и планомерно организованный процесс труда порождает эффект коллективного труда, который превосходит сумму сил работников, действующих индивидуально.

Таким образом, если совокупность физических и духовных способностей человека является основой трудового потенциала личности, то производительная сила, возникающая благодаря совместной деятельности различных индивидов страны, составляет основу трудового потенциала общества.

Для характеристики трудового потенциала с количественной стороны используются такие показатели, как:

– численность промышленно-производственного персонала и персонала непромышленных подразделений;

– количество рабочего времени, возможного к отработке при нормальном уровне интенсивности труда (границы возможного участия работника в труде).

Количественные и качественные показатели оценки трудового потенциала.

Качественная характеристика трудового потенциала направлена на оценку:

– физического и психологического потенциала работников предприятия (способность и склонность работника к труду, состояние здоровья, физического развития, выносливости и т.п.);

– объема общих и специальных знаний, трудовых навыков и

умений, обусловливающих способность к труду определенного качества (образовательный и квалификационный уровни, фундаментальность подготовки и т.п.);

– качество членов коллектива как субъектов хозяйственной деятельности (ответственность, сознательная зрелость, интерес, сопричастность к экономической деятельности предприятия).

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Что такое трудовой потенциал?
2. Трудовой потенциал работника гостиничного предприятия
3. Составной потенциал трудового потенциала
4. Понятие уровень грамотности населения

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ

2. **РАЗДЕЛ 1. Государственное регулирование средств размещения в РФ**
Тема 1.1. Государственное регулирование в РФ.
Тема 1.2 Зарубежный опыт государственного регулирования.

3. Цели занятия.
Изучение государственного регулирования туризма, гостеприимства и общественного питания.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Государственное регулирование в РФ	Опрос, оценка знаний студентов
2	Зарубежный опыт государственного регулирования	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия – **Государственное регулирование средств размещения в РФ**

Тема практического занятия: Государственное регулирование в РФ

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Лицензирование гостиничных услуг
2. Стандартизация в гостиничном сервисе
3. Сертификация гостиничных услуг
4. Показатели качества гостиничных услуг.
5. Нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность гостиничного бизнеса.
6. Должностная инструкция сотрудников служб гостиницы.
7. Международные правовые акты, их назначение.
8. Международные стандарты.
9. Исполнительные и законодательные органы государственной власти всех уровней, регулирующие гостиничный бизнес.
10. Правила внутреннего распорядка для работников гостиниц.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Содержание и назначение Гаагской декларации межпарламентской конференции по

туризму (1989 г.).
2. Назначение шенгенского соглашения (14 июня 1985 г.).
3. Государственные стандарты РФ в сфере гостиничной индустрии.

1. Учебная дисциплина – Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ

2. **РАЗДЕЛ 2.** Система классификация гостиниц в РФ

Тема 2.1. Организационно-правовые формы организации деятельности гостиниц**.**

Тема 2.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.

3. Цели занятия.

Изучение организационно-правовых форм организации деятельности сфере туризма, гостеприимства и общественного питания.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Изучение организационно-правовых форм предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Опрос, оценка знаний студентов
2	Ответственность предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия – Система классификация гостиниц в РФ

Тема практического занятия: Организационно-правовые формы организации деятельности гостиниц

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Требования к гостинице категории без звезд
2. Требования к гостинице категории 1 звезда
3. Требования к гостинице категории 2 звезды
4. Требования к гостинице категории 3 звезды
5. Требования к гостинице категории 5 звезд
6. Требования к номеру пятой категории
7. Требования к номеру четвертой категории
8. Требования к номеру второй категории
9. Требования к номеру первой категории
10. Требования к номерам высшей категории – сюит, апартамент, люкс, джуниор сюит и студия

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Виды гостиниц (по Положению о классификации гостиниц)
2. Участники классификации гостиниц (по Положению о классификации гостиниц)
3. Порядок классификации гостиниц (по Положению о классификации гостиниц)
4. Рассмотрение апелляций, изменений, прекращение и приостановление действия свидетельства (по Положению о классификации гостиниц)
5. Информационный знак о присвоении гостинице категории (по Положению о классификации гостиниц)

1. Учебная дисциплина – Оценка соответствия средства размещения системе классификации гостиниц в РФ

2. **Раздел 3.**

Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания

Тема 2.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

Тема 2.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.

3. Цели занятия.

Изучение организационно-правовых форм организации деятельности сфере туризма, гостеприимства и общественного питания.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды договоров в сфере гостиничной деятельности.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Договор оказания гостиничных услуг.	Опрос, оценка знаний студентов

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Процедуры банкротства.
2. Банкротство отдельных категорий должников – юридических лиц.
3. Понятие, правовое регулирование приватизации государственного и муниципального имущества. Субъекты и объекты приватизации.
4. Способы приватизации. Общая характеристика.
5. Предпринимательские договоры: понятие, признаки, заключение, изменение, расторжение, особенности исполнения.
6. Правовые основы информационного обеспечения предпринимательской деятельности.
7. Понятие и виды информации. Коммерческая тайна.
8. Правовые основы государственного финансирования и кредитования предпринимательской деятельности.
9. Банковское кредитование предпринимательской деятельности.
10. Ответственность в предпринимательских отношениях.
11. Лицензирование и уведомительный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Правовое регулирование государственных и муниципальных закупок товаров (работ, услуг).
2. Понятие и признаки доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.
3. Понятие, формы монополистической деятельности на товарном рынке.
4. Недобросовестная конкуренция на товарном рынке.
5. Правовые средства антимонопольного регулирования предпринимательской деятельности. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства.

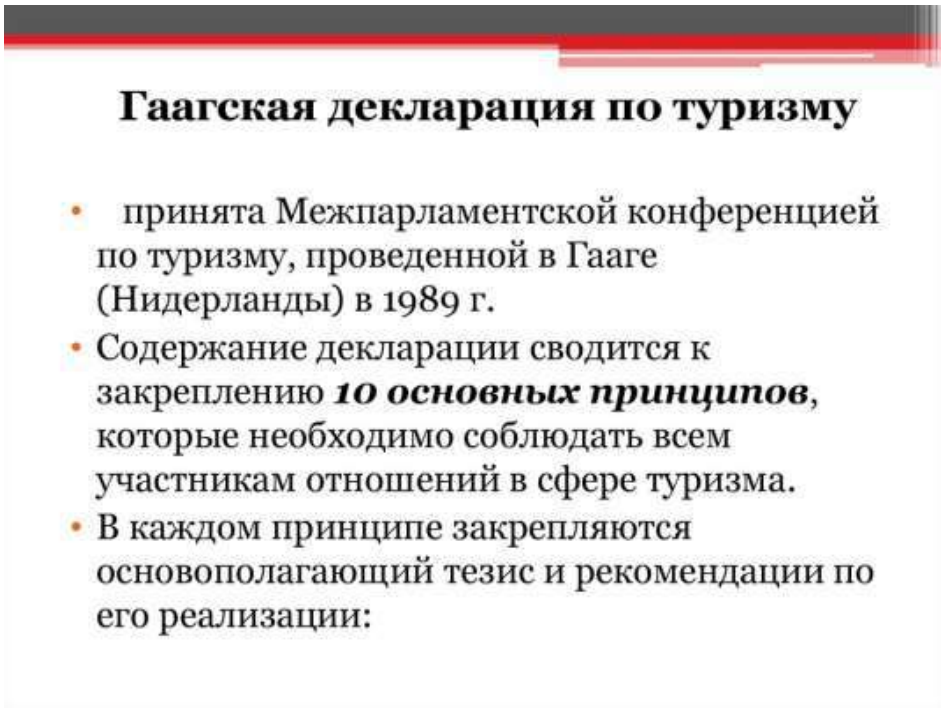
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

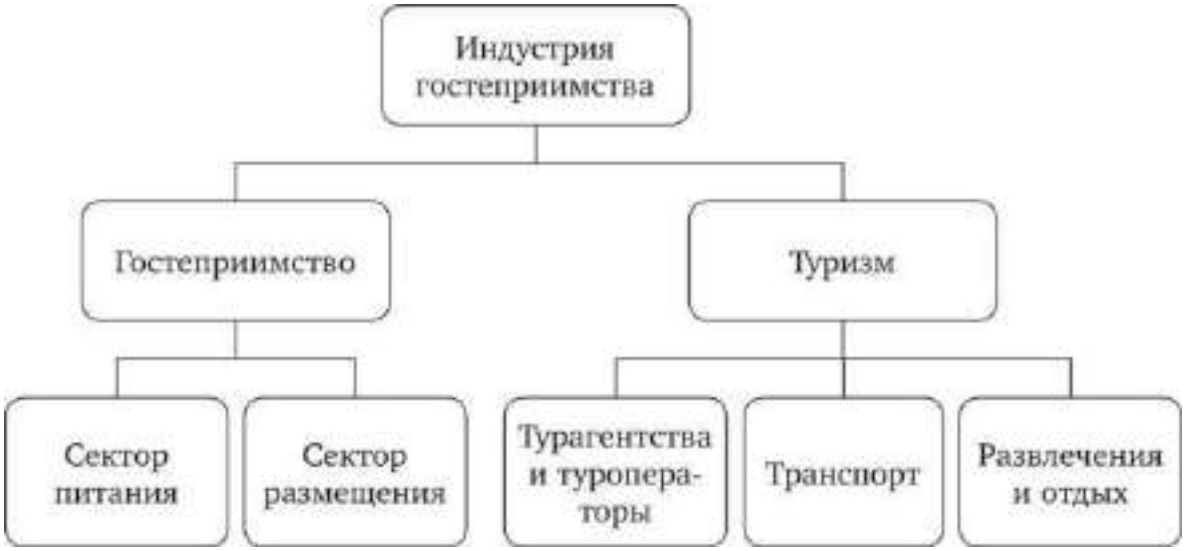
РАЗДЕЛ 1. Государственное регулирование средств размещения в РФ

Тема 1.1. Государственное регулирование в РФ.

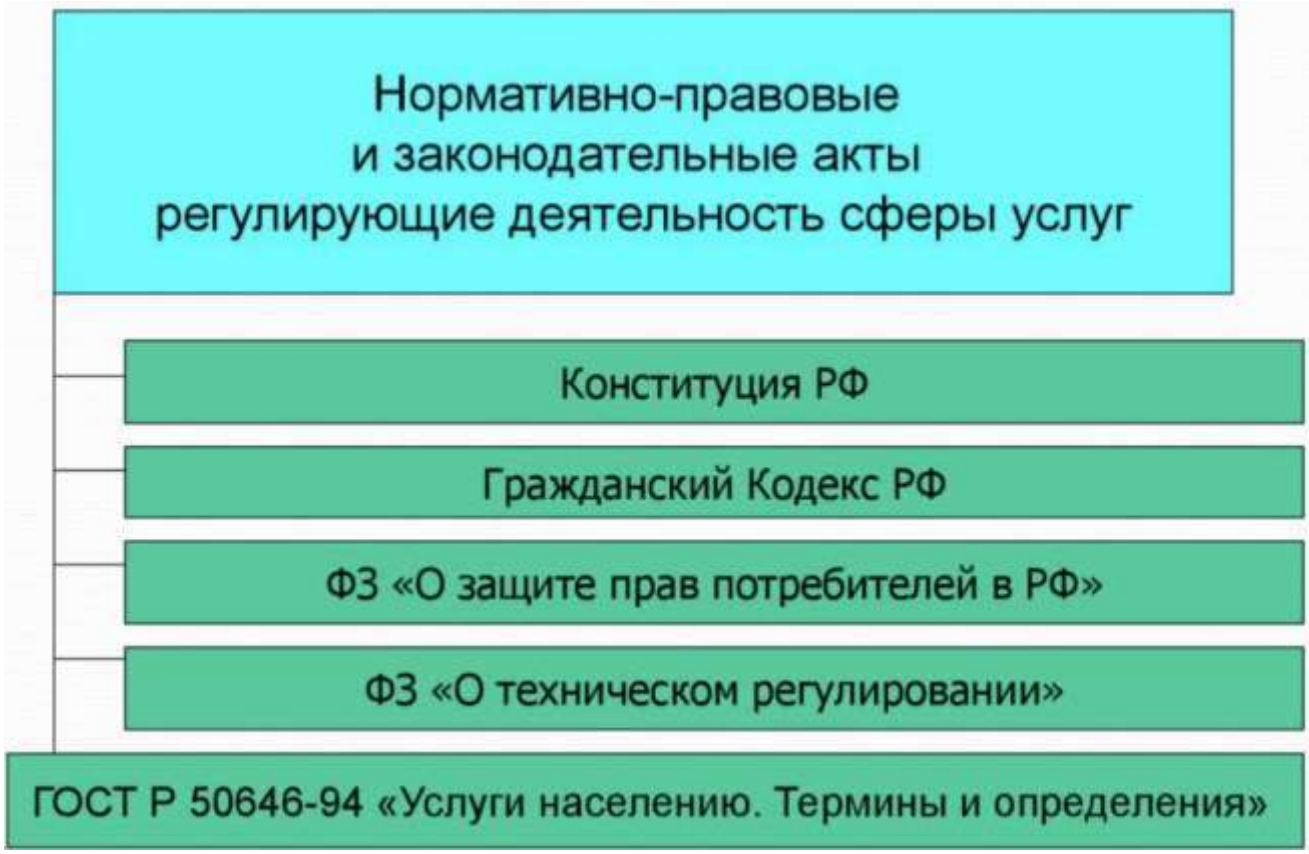
Тема 1.2 Зарубежный опыт государственного регулирования.



РАЗДЕЛ 2. Система классификация гостиниц в РФ.
Тема 2.1. Организационно-правовые формы организации деятельности гостиниц.

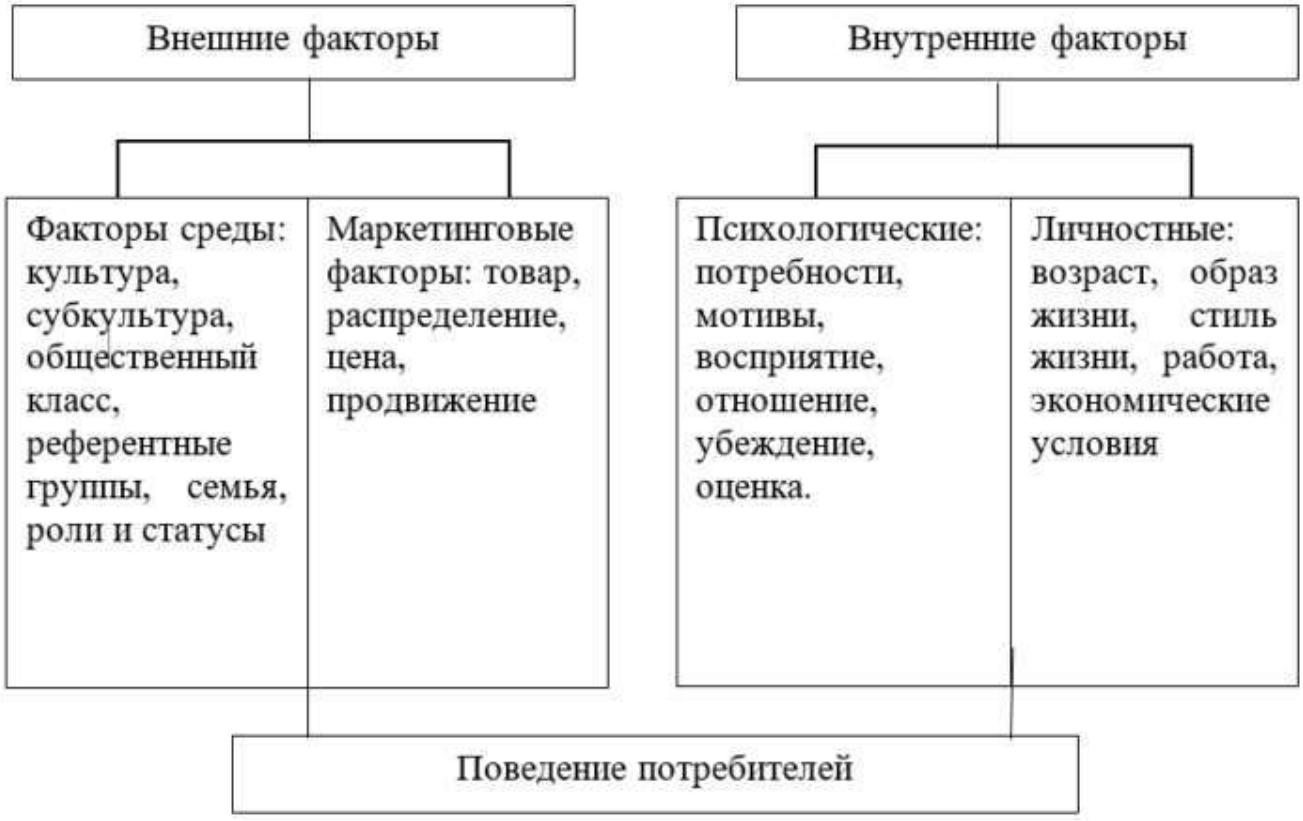


Тема 2.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.



РАЗДЕЛ 3. Наименование раздела.
Тема 3.1Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

Тема 3.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПОДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОЦЕНКА И УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ И КАДРОВЫМИ РЕСУРСАМИ ГОСТИНИЦЫ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения

размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация –педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Основы управления материальными ресурсами в гостинице	
Тема 1.1. Виды материальных ресурсов	Показатели качества гостиничных услуг. Нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность гостиничного бизнеса
Тема 1.2. Особенности управления материальными ресурсами в гостинице	Международные правовые акты, их назначение. Международные стандарты. Содержание и назначение Гаагской декларации межпарламентской конференции по туризму
РАЗДЕЛ 2. Основы управления человеческими ресурсами и кадровое планирование в гостинице	
Тема 2.1. Планирование работы с персоналом в гостинице	Организационно-правовые формы организации деятельности сфере туризма, гостеприимства и общественного питания; ответственность
Тема 2.2. Планирование системы подбора персонала в гостинице	Договоры в сфере гостиничной деятельности и общественного питания; договоры, заключаемые туроператорами в целях обеспечения возможности предоставления услуг и услуг по размещению и питанию туристам в составе туристского продукта; Договор аренды; Договор об оказании гостиничных услуг.
РАЗДЕЛ 3. Основы деловой оценки и адаптации персонала в гостинице	
Тема 3.1. Оценка персонала гостиницы	Понятия «трудовые ресурсы», в науке и практике экономики, управления.
Тема 3.2. Адаптация персонала в гостинице	«Трудовой потенциал» общества, организации, отдельного работника; мотивация и стимулирование

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться вразличных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию,

разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика)– метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий),

рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Основы управления материальными ресурсами в гостинице

Тема 1.1. Виды материальных ресурсов

Вопросы для самоподготовки:

1. Что понимается под концепцией логистики?
2. Перечислите основные концепции логистики.
3. Перечислите концепции логистики второго плана.
4. Какие функции логистики вы знаете?
5. Назовите основные принципы логистики.
6. Перечислите логистические принципы оптимизации процесса.
7. Что такое материальный поток и по каким признакам он классифицируется?
8. Что такое логистическая операция и логистическая процедура?
9. Раскройте понятие логистической системы и четыре ее признака.

Тема 1.2 Особенности управления материальными ресурсами в гостинице

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие выделяются виды логистических систем?
2. Назовите и охарактеризуйте три вида микрологистической системы.
3. В чем заключается системный подход логистики?
4. Назовите и охарактеризуйте основные функциональные области логистики.
5. Какие модели применяются в исследованиях логистических систем?
6. Охарактеризуйте варианты организации материального потока.
7. Раскройте правило Паретто.
8. Что представляет собой метод АВС?
9. Что представляет собой анализ XYZ?

РАЗДЕЛ 2. Основы управления человеческими ресурсами и кадровое планирование в гостинице

Тема 2.1. Планирование работы с персоналом в гостинице

Вопросы для самоподготовки:

1. Методология управления персоналом организации.
2. Основы кадрового планирования в организации.
3. Оперативный план работы с персоналом.
4. Порядок разработки оперативного плана работы с персоналом.
5. Содержание оперативного плана работы с персоналом.
6. Определение потребности и планирование привлечения персонала.
7. Планирование использования и безопасности персонала.

Тема 2.2 Планирование системы подбора персонала в гостинице

Вопросы для самоподготовки:

1. Планирование развития персонала.
2. Планирование высвобождения персонала.
3. Планирование расходов на персонал.
4. Система трудовых показателей.
5. Нормирование труда и расчет численности персонала.
6. Анализ показателей по труду.
7. Планирование производительности труда.

РАЗДЕЛ 3. Основы деловой оценки и адаптации персонала в гостинице

Тема 3.1 Оценка персонала гостиницы

Вопросы для самоподготовки:

1. Цели оценки персонала организации.
2. Построение системы оценки персонала.
3. Стратегия проведения оценки персонала.
4. Методы оценки персонала и должности.
5. Выбор методов оценки.
6. Определение показателей и критериев оценки.
7. Эволюция метода 3600 в технологию оценки «Пять+».
8. Процедура и порядок проведения оценки личной эффективности работников

Тема 3.2 Адаптация персонала в гостинице

Вопросы для самоподготовки:
1. Особенности применения методики
2. Ассессмент центр.
3. Внедрение системы грейдов должностей.
4. Профориентация, адаптация и высвобождение персонала.
5. Сущность и направления адаптации сотрудников организации.
6. Этапы и виды адаптации сотрудников организации.
7. Наставничество и коучинг как инструменты адаптации персонала.
8. Аутплейсмент - цивилизованное высвобождение персонала..

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Основы управления материальными ресурсами в гостинице

Тема 1.1. Виды материальных ресурсов

Тема 1.2 Особенности управления материальными ресурсами в гостинице

РАЗДЕЛ 2. Основы управления человеческими ресурсами и кадровое планирование в гостинице

Тема 2.1. Планирование работы с персоналом в гостинице

Тема 2.2 Планирование системы подбора персонала в гостинице

РАЗДЕЛ 3. Основы деловой оценки и адаптации персонала в гостинице

Тема 3.1 Оценка персонала гостиницы

Критерии оценки качества работы службы приема и размещения в гостинице:

– доступность;
– степень доверия;
– взаимодействие с гостем и понимание его проблем;
– надежность;
– наличие безопасности;
– компетентный персонал;
– коммуникации;
– скорость реакции сотрудников;
– вежливость обслуживающего персонала;
– осязаемые характеристики.

Тема 3.2 Адаптация персонала в гостинице

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСАМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего,

описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать

несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из

числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;

4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий

дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – **Оценка и управление материальными и кадровыми ресурсами гостиницы**

2. РАЗДЕЛ 1. Основы управления материальными ресурсами в гостинице /Тема **Виды материальных ресурсов**

3. Цель занятия. Виды материальных ресурсов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Функции логистики	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Концепция логистики	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Первым автором предметных трудов по логистике принято считать французского военного теоретика Антуана Анри Джо- мини (1779-1869). Некоторое время он работал в России под именем Генрих Вениаминович Жомини. Жомини был автором капитального труда по истории революционных войн (в 15 томах). В своих работах он утверждал, что логистика охватывает широкий круг вопросов, включающих планирование, управление, материальное, техническое и продовольственное обеспечение, определение места дислокации войск, а также строительство дорог, мостов, укреплений и т. д.

1. Тема лекционного занятия «Виды материальных ресурсов».

Текст лекции.

Термин “логистика” уже давно имеется во всех основных европейских языках. Долгое время он использовался в двух важнейших значениях:

• математическая логика;

• техника и технология транспортно-складских работ в военной или гражданской области.

Популяризатором первого варианта толкования термина является немецкий философ-идеалист, математик, физик и языковед Готфрид Вильгельм Лейбниц (1646—1716). Он называл логистику математической логикой. Позже этот термин за математической логикой был закреплен на философской конференции в Женеве в 1904 г.

В обоих значениях данный термин используется в немецком и французском языках. При этом во французских словарях (словарь Jarousse) второе значение имеет пометку “неологизм”. Второе же значение принято основным в испанском, итальянском и английском языках.

В качестве условных синонимов термина “логистика” (во втором значении этого слова) используются такие термины, как “управление материалами”, “тотальное распределение”, “рох- рематика”, “физическое распределение”.

Уже отмечалось, что одно из направлений логистики сложилось как применение логики в математических исследованиях. В данном качестве она широко используется при изучении математических закономерностей, при конструировании технических систем вычислительной техники, в робототехнике и т. п. В то же время прогрессирующая потребность экономики в серьезных математических обоснованиях обусловила применение логистики для решения ряда задач распределительного, транспортного, сбытового и управленческого характера.

Применение логистики в производстве и сфере обращения приобрело форму искусства управления материальными, денежными и информационными потоками. Очень быстро расширились области ее использования. От отдельных процессов и звеньев микрологистических систем до отраслевых, межотраслевых и государственных сфер, которые, находясь во взаимосвязи, тем не менее часто руководствуются различными, нередко противоречивыми, интересами и целями.

Интенсификация развития логистики в невоенной области относится к началу 70-х гг. В этот период (1971-1975) почти все страны Западной Европы и Америки переживали тяжелейший энергетический кризис. Спад производства, растущая безработица, снижение активности рынка и, как результат, резкое и глубокое ухудшение состояния экономики в национальных и транснациональных масштабах поставили экономически развитые страны Запада в тяжелое положение. Политики, правительства и специалисты не исключали угрозу социального взрыва, который мог повлечь за собой еще более тяжелые последствия. Все это послужило катализатором для форсированных разработок срочных мер по стабилизации и улучшению ситуации в сфере экономики. В это время ученые, экономисты и предприниматели обратились к логистике как к науке, наиболее эффективно координирующей взаимодействие материально-технического обеспечения, производства, распределения, транспорта, коммуникационной инфраструктуры и рынка.

Принципиальная новизна логистического подхода заключалась в том, что открывалась реальная возможность глубоко интегрировать вышеперечисленные области хозяйственной деятельности в единую ресурсопроводящую систему. Логистическая концепция позволила перейти от дискретного к сквозному управлению материальными потоками.

В тот же период, в конце 60-х — начале 70-х гг. XX в., стало ясно, что решение проблемы координации управления материальными потоками от сырьевого источника до конечного потребителя на тот момент не осуществимо, хотя и найдено. Потребовалось создание развитой, легко адаптирующейся материально-технической базы для организации управления возрастающими материальными и информационными потоками. Возникла необходимость в формировании широко развитой инфраструктуры; разработке соответствующих организационноструктурных форм; формировании требуемого компетентного, высококвалифицированного административно-хозяйственного аппарата. Новая область нуждалась также в более глубокой теоретической проработке научных основ и положений.

В результате всесторонней интенсификации мысли и действий в этом направлении логистика приобрела статус “образа мышления”, или другими словами, концептуальной стратегии. На практике основное внимание было обращено на решение конкретных задач. В первую очередь большие усилия были направлены на развитие складских и тарно-упаковочных комплексов, а также на создание рациональных транспортно-складских систем, информационных сетей и банков данных. Это явилось одной из причин компьютерного бума в 70—80-е гг. прошлого столетия. Научные разработки приобрели прагматическую направленность. Велись всесторонние исследования по разработке методов управления материальными и информационными потоками на отдельных направлениях сферы производства и обращения. Практически в экономике ряда стран создавалась мощная и высокоэффективная инфраструктура с широким и комплексным использованием современной компьютерной техники и информационных технологий.

Успешная координированная реализация огромной массы частных проектов, а также развитие материально-технической базы по оптимизации движения материальных и информационных потоков уже в первой половине 80-х гг. XX в. позволили вновь вернуться к решению проблемы управления материальными потоками по всему воспроизводственному циклу (не только на микро-, но и на макроуровне). С этого времени в экономике понятие “логистика” получило еще большее распространение, но уже в несколько ином контексте на основе более солидных научных и практических достижений.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. В каких значениях используется термин “логистика”?
2. Кто был популяризатором логистики как математической логики?
3. Какие условные синонимы термина “логистика” применяются в теории и практике?
4. Каковы причины и когда началась интенсификация развития логистики в невоенной области?
5. В чем заключается принципиальная новизна логистического подхода?
6. Какие условия потребовалось создать для внедрения концепции логистики на макро- и микроуровне?
7. Какой статус имеет логистика в области управления?

1. Учебная дисциплина - **Оценка и управление материальными и кадровыми ресурсами гостиницы**

2. РАЗДЕЛ 1. Основы управления материальными ресурсами в гостинице / **Особенности управления материальными ресурсами в гостинице**

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Материальные потоки в гостинице	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Управление материальными потоками в гостинице	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Материальный поток образуется в результате совокупности определенных действий с материальными объектами. Эти действия называют логистическими операциями. Однако понятие логистической операции не ограничивается действиями лишь с материальными потоками.

Для управления материальным потоком необходимо принимать, обрабатывать и передавать информацию, соответствующую этому потоку. Выполняемые при этом действия также относятся к логистическим операциям.

1. Тема лекционного занятия «Особенности управления материальными ресурсами в гостинице».

Текст лекции.

В целом логистические операции определяют как совокупность действий, направленных на преобразование материального и/или информационного потока.
К логистическим операциям с материальным потоком можно отнести погрузку, транспортировку, разгрузку, комплектацию, складирование, упаковку и другие операции. Логистические операции с информационным потоком - это сбор, обработка и передача информации, соответствующей материальному потоку. Следует отметить, что издержки на выполнение логистических операций с информационными потоками составляют существенную часть логистических издержек.
Виды логистических операций
Логистические операции можно классифицировать:
- по переходу права собственности на товар:
а) односторонние – без перехода;
б) двухсторонние – с переходом;
- по изменению потребительских свойств товара:
а) с добавленной стоимостью;
б) без добавленной стоимости;
- по природе потока:
а) материальный;
б) информационный.
19. Логистические издержки
Издержки на выполнение логистических операций с информационным потоком в развитых странах составляют существенную часть логистических издержек.
Логистические издержки – издержки, связанные с управлением материальным и информационным потоком.
Структура этих издержек:
-содержание запасов сырья, полуфабрикатов и готовой продукции(44%)
-на складирование и экспедирование(16%)
-магистральные и технологические перевозки грузов(23%)(9%)
-расходы на обеспечение сбыта готовой продукции(8%)
Одна из основных задач логистики — управление затратами по доведению материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя. Однако управлять затратами можно лишь в том случае, если их можно точно измерять. Поэтому системы учета издержек производства и обращения участников логистических процессов должны выделять затраты, возникающие в процессе реализации функций логистики, формировать информацию о наиболее значимых затратах, а также о характере их взаимодействия друг с другом. При соблюдении названного условия появляется возможность использовать важный критерий оптимального варианта логистической системы — минимум совокупных издержек на протяжении всей логистической цепи.
20. Понятие логистической системы
Понятие «логистическая система» является частным случаем понятия системы.
Система (греч. systema – целое, составленное из частей; соединение) – это множество элементов, выделенных из внешней среды, находящихся в определенных отношениях и связях для обеспечения целей ее функционирования в конкретном интервале времени.
Существует четыре свойства, которыми должен обладать объект, чтобы его можно было считать системой.
1. целостность и членимость. Система есть целостная совокупность элементов, взаимодействующих друг с другом. Следует иметь в виду, что элементы существуют лишь в системе. Вне системы это лишь объекты, обладающие потенциальной способностью

образования системы. Элементы системы могут быть разнокачественными, но одновременно совместимыми.
2. связи. Между элементами системы имеются существенные связи, которые с закономерной необходимостью определяют интегративные качества этой системы. Связи могут быть вещественные, информационные, прямые, обратные и т. д.
3. организация. Для появления системы необходимо сформировать упорядоченные связи, т. е. определенную структуру, организацию системы.
4. интегративные качества. Наличие у системы интегративных качеств, т. е. качеств, присущих системе в целом, но не свойственных ни одному из ее элементов в отдельности.
Охарактеризуем свойства логистических систем в разрезе каждого из четырех свойств, присущих любой системе и рассмотренных выше.
1. целостность и членимость - система есть целостная совокупность элементов, взаимодействующих друг с другом. Декомпозицию логистических систем на элементы можно осуществлять по-разному. На макроуровне при прохождении материального потока от одного предприятия к другому в качестве элементов могут рассматриваться сами эти предприятия, а также связывающий их транспорт.
На микроуровне логистическая система может быть представлена в виде следующих основных подсистем:
ЗАКУПКА - подсистема, которая обеспечивает поступление материального потока в логистическую систему.
ПЛАНИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ - эта подсистема принимает материальный поток от подсистемы закупок и управляет им в процессе выполнения различных технологических операций, превращающих предмет труда в продукт труда.
СБЫТ - подсистема, которая обеспечивает выбытие материального потока из логистической системы
2. связи: между элементами логистической системы имеются существенные связи, которые с закономерной необходимостью определяют интегративные качества. В макрологистических системах основу связи между элементами составляет договор. В микрологистических системах элементы связаны внутрипроизводственными отношениями.
3. организация: связи между элементами логистический системы определенным образом упорядочены, то есть логистическая система имеет организацию.
4. интегративные качества: логистическая система обладает интегративными качествами, не свойственными ни одному из элементов в отдельности. Это способность поставить нужный товар, в нужное время, в нужное место, необходимого качества, с минимальными затратами, а также способность адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды (изменение спроса на товар или услуги, непредвиденный выход из строя технических средств и т. п.).
Логистическая система — это адаптивная система с обратной связью, выполняющая те или иные логистические функции. Она, как правило, состоит из нескольких подсистем и имеет развитые связи с внешней средой. В качестве логистической системы можно рассматривать промышленное предприятие, территориально-производственный комплекс, торговое предприятие и т. д. Цель логистической системы - доставка товаров и изделий в заданное место, в нужном количестве и ассортименте в максимально возможной степени подготовленных к производственному или личному потреблению при заданном уровне издержек.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Особенности логистики в гостиничном хозяйстве.
2. Логистическая инфраструктура.
3. Логистика в жизненном цикле продукта.

1. Учебная дисциплина - Оценка и управление материальными и кадровыми ресурсами гостиницы

2. РАЗДЕЛ 2. Основы управления человеческими ресурсами и кадровое планирование в гостинице /Тема 2.1 Планирование работы с персоналом в гостинице

3. Цель занятия. Изучить особенности планирования работы с персоналом в гостинице.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности работы с персоналом в гостинице	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Человеческие ресурсы в гостинице.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Кадровая политика — это ориентиры для действий и принятия решений относительно персонала, которые обеспечивают наиболее эффективное достижение целей гостиничного предприятия. Кадровая политика гостиничного предприятия включает: требования к персоналу; планирование персонала (количественное и качественное); маркетинг персонала (занятость, сокращение, увеличение штата); обучение персонала; кадровый аудит; политику стимулирования; социальную политику; коммуникационную политику и т.д.

Кадровая политика является частью концепции развития и должна учитывать долгосрочные тенденции и планы компании. В современных условиях кадровая политика приобретает стратегический характер. При этом возрастает роль кадрового планирования, которое становится главным инструментом реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом.

1. Тема лекционного занятия «Планирование работы с персоналом в гостинице».

Текст лекции.

Основной принцип отбора персонала — нужный человек в нужное время на нужном месте. Реализация этого принципа требует системного подхода, и первым шагом на этом пути является планирование персонала.

Необходимость в хорошо обученных работниках с опытом работы в индустрии гостеприимства и проблема большой текучести рабочей силы предопределяют актуальность эффективного планирования кадров. В последние годы кадровое планирование стало таким же важным делом в процессе управления предприятием, как планирование финансов.

Кадровое планирование — процесс обеспечения гостиничного предприятия необходимым количеством квалифицированного персонала, принятым на правильные должности в правильное время. Связанное с общим развитием компании, оно должно учитывать изменения внешних факторов: демографические изменения, изменения уровня образования, степень конкуренции, государственное вмешательство в экономику, технологическое развитие и др.

Цель кадрового планирования — в соответствии с требованиями производства предоставить работникам рабочие места в нужное время и в нужном количестве. Рабочие места должны быть предоставлены в соответствии со способностями и склонностями работников,

должны позволять развивать их способности и обеспечивать эффективность труда. Кадровое планирование осуществляется как в интересах организации, так и в интересах персонала. Оно интегрировано в общий процесс планирования организации и должно, дать ответы на следующие вопросы:

- сколько работников, какой квалификации, когда и где будут необходимы;
- каким образом можно привлечь необходимый и сократить Излишний персонал без нанесения социального ущерба;
- как лучше использовать персонал в соответствии с его способностями;
- каким образом обеспечить развитие кадров для выполнения новых квалифицированных работ и поддерживать их знания в соответствии с требованиями производства;
- каких затрат потребуют запланированные кадровые мероприятия?

Процесс кадрового планирования в гостиничном предприятии состоит из четырех основных этапов, главным из которых является совпадение спроса и предложения.

Кадровое планирование осуществляется поэтапно по следующим направлениям:

- анализ действующего персонала гостиницы;
- оценка ожидаемых изменений в предложении кадров в планируемый период времени;
- прогноз спроса на кадры в планируемый период;
- принятие мер для обеспечения доступности требуемых кадров в нужный момент (совпадение спроса и предложения). Кадровое планирование может быть стратегическим, тактическим и оперативным

2. Стратегическое управление персоналом

Стратегия — это набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. Понятие стратегии рассматривается как один из процессов управления организацией.

Важнейшим этапом стратегического управления является определение миссии и целей деятельности организации. Цели должны быть логичны, однозначны, позитивны, увязаны между собой, выполнимы и понятны для исполнителей.

После установления целей на перспективу разрабатываются стратегические варианты развития компании, т.е. возможные пути достижения поставленных стратегических целей.

Стратегическая роль управления персоналом в структуре управления гостиницей заключается в следующем:

- стратегия управления персоналом должна быть представлена на высшем уровне управления организацией;
- особенности управления персоналом необходимо учитывать при разработке стратегии бизнеса и организационной структуры;
- все линейные руководители должны участвовать в реализации стратегии управления персоналом.

Стратегическое управление персоналом гостиничного предприятия должно быть направлено на организацию отношений и связей с внешним и внутренним рынком труда, политику использования персонала, выбор и реализацию стилей управления, организацию рабочих мест и охрану труда

Элементами стратегического управления персоналом гостиницы являются:

- цель гостиницы;
- система планирования;
- отношения высших управленческих кадров;
- организационная структура служб управления персоналом;
- критерии эффективности системы управления персоналом;
- ограничения на функционирование системы;
- доступность, полнота и обоснованность используемой информации;
- образование управляющих;
- взаимосвязь с внешней средой.

Для поддержания оптимального уровня управления персоналом в гостиничном предприятии необходима существенная финансовая поддержка. Бюджет по управлению

персоналом чаще всего включает расходы на подбор персонала; социальную поддержку сотрудников, а также средства на поддержку сотрудников в особых обстоятельствах; обучение сотрудников, повышение их квалификации; мотивацию труда сотрудников, а именно: на изготовление знаков отличия, благодарственных писем, а также денежные суммы для премирования лучших сотрудников и др.

3. Определение потребности в персонале

Одним из основных вопросов кадрового планирования является определение потребности в персонале, которое базируется на данных об имеющихся и запланированных рабочих местах, плане проведения организационно-технических мероприятий, штатном расписании, плане замещения вакантных должностей. Планирование потребности в персонале включает:

- оценку наличных трудовых ресурсов;
- оценку будущих потребностей;
- разработку программы удовлетворения будущих потребностей.

Необходимо также определить, какое количество людей потребуется для выполнения конкретной операции, и оценить качество труда; провести прогноз численности трудовых ресурсов, необходимых для выполнения всего комплекса работ в отеле, а также оценить существующий рынок труда на предмет наличия квалифицированных работников, уровня зарплаты и т. п.

Исходными сведениями для определения плановой численности сотрудников, их профессионального и квалификационного состава являются производственная программа и плановая норма выработки

В гостиничном бизнесе кадровая политика определяет генеральную линию и принципиальные установки в работе с персоналом на длительную перспективу.

Количество обслуживающего персонала для обеспечения работы гостиницы в расчете на одного гостя зависит от многих факторов, и в первую очередь от категории гостиницы:

- одна звезда — 0,4 и более работников;
- две звезды — 0,6 и более работников;
- три звезды — 0,8 и более работников;
- четыре звезды — 1,2 и более работников;
- пять звезд — 2 и более работников.

Выделяют два этапа для определения потребности предприятия в персонале: прогноз общей потребности в кадрах в плановый период, а также наличного обеспечения кадров — планирование численности сотрудников, планирование профессионального состава; расчет плановой дополнительной потребности в кадрах.

В гостиничных предприятиях нередко используется метод планирования «от достигнутого уровня», или так называемый балансовый метод. Тогда численность работников в плановом периоде (ЧРп) рассчитывается по формуле

где ЧРот — численность работников в отчетном периоде; Ig — индекс роста объема услуг; Iw — индекс роста производительности.

Однако в таком случае есть вероятность переноса недостатков в использовании работников в текущем году на следующий год. Следовательно, расчеты необходимо дополнять анализом использования фонда рабочего времени.

Аналитические методы расчета численности персонала основаны на изучении затрат рабочего времени и определении трудоемкости каждого вида работ (Hti). Зная фактически полезный фонд рабочего времени одного работника (Ф), занятого выполнением i-го вида работ, расчетную численность работников в плановом периоде можно определить по формуле

Трудоемкость производства i-го вида работ равняется, произведению трудоемкости i-го вида продукта на его количество по плану.

Однако если не обеспечивается условие непрерывности процесса деятельности, общая численность работников рассчитывается с некоторой погрешностью.

При расчете необходимо использовать коэффициент выполнения нормы выработки (например, сколько номеров должна по норме убирать горничная), который обеспечивает учет

равномерности объема производства услуг в течение отчетного периода и экстраполируется в плановый период.

В гостиничном бизнесе необходимо проанализировать, имеются ли колебания потребности в рабочей силе в течение года, в отдельные периоды относительно расчетного среднегодового показателя. Диапазон показателей может быть значительным. Поэтому гостиница, рассчитав среднегодовой показатель потребности в кадрах, может в отдельные периоды чувствовать либо нехватку персонала, либо его избыток.

Сегодня в гостиницах для эффективного планирования профессионального состава кадров чаще всего сначала определяют общую численность персонала, а затем распределяют ее в соответствии с существующей структурой по профессиям.

Дополнительная потребность (ДП) в кадрах возникает при изменении объема услуг и уровня производительности труда и рассчитывается по формуле

ДП = ЧРК - ЧРн,

где ЧРК и ЧРН — расчетная численность работников гостиницы на конец и начало планового периода соответственно.

Для разработки плана мероприятий по комплектованию штата гостиницы необходимы сведения о дополнительной потребности в кадрах на возмещение планируемой потери рабочей силы в связи с текучестью кадров

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. В чем состоит порядок разработки оперативного и стратегического плана работы с персоналом.
2. Содержание и сущность оперативного плана работы с персоналом.
3. Определение потребности и планирование привлечения персонала.
4. Планирование использования и безопасности персонала.
5. Опишите планирование развития персонала.
6. Планирование высвобождения персонала.
7. Комплексная система трудовых показателей
8. Основные цели нормирования:
9. Структура рабочего времени.
10. Виды анализа трудовых показателей
11. Факторы, влияющие на динамику и уровень производительности труда
12. Последствия повышения (снижения) производительности труда

1. Учебная дисциплина - Оценка и управление материальными и кадровыми ресурсами гостиницы

2. РАЗДЕЛ 2. Основы управления человеческими ресурсами и кадровое планирование в гостинице /Тема 2.2 Планирование системы подбора персонала в гостинице

3. Цель занятия. Изучить особенности планирования системы подбора персонала в гостинице.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методы поиска персонала	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2	Построение системы найма персонала	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Рекрутер организации занимается поиском новых сотрудников, когда: создается новая компания, филиал; происходит расширение имеющегося штата компании; необходимо найти нового сотрудника на место уволившегося или уволенного. Найм сотрудников – важная составляющая эффективной работы компании. Правильно выбранная стратегия поиска и отбора специалистов позволит сократить потери времени, денег, сил и кадров. Принципы найма сотрудников Чтобы провести эффективный наем персонала в организацию, нужно придерживаться нескольких принципов в работе: Своевременность. Каждый этап при поиске персонала должен иметь четко ограниченные временные рамки, которые обеспечат решение поставленных задач.

Тема лекционного занятия «Планирование системы подбора персонала в гостинице».

Текст лекции.

Используемые методы поиска персонала не должны противоречить поставленным задачам и целям. Результативность. Успех каждого этапа при найме персонала зависит от эффективности выполнения предыдущего. В конечном итоге это позволит нанять квалифицированного сотрудника, а не тратить финансы на обучение кадров. Только четкое следование перечисленным принципам позволяет повысить эффективность работы кадровых работников. Виды найма персонала Поиск персонала – трудоемкий процесс, который требует решения различных вопросов. Так, найм персонала ставит, в частности, следующие вопросы: где осуществлять поиск, как оповестить потенциальных кандидатов об открывшейся вакансии. Существует два вида поиска персонала: внутренний – поиск среди сотрудников компании; внешний – поиск среди людей, которые не имеют отношения к организации. У каждого способа есть свои преимущества и недостатки, которые влияют на затраты и скорость выбора кандидата. Внутренний наем персонала выполняется несколькими способами: повышение по службе одного из работников; перемещение специалиста из одного отдела в другой; подбор из бывших сотрудников, которые уволились по объективным причинам; с помощью распространения внутренних объявлений (открытый конкурс на вакантные места); рефералы сотрудников; рассмотрение предыдущих кандидатов. Применение внутреннего способа поиска позволяет стимулировать специалистов на усердную работу, экономит финансы организации, помогает в развитии лояльности сотрудников. Но при этом отмечаются различные недостатки – отсутствие новых идей, ограниченный охват специалистов, рост напряжения между сотрудниками (при продвижении одного из них по карьерной лестнице). К внешним источникам найма персонала относят: прямой набор – размещение уведомлений о вакансии; обращение на биржи; поиск с помощью кадровых агентств; рекламу; поиск среди студентов учебных заведений; профессиональные ассоциации. Данный процесс поиска занимает больше времени, требует высоких затрат (как при найме сотрудника, так и для его стимулирования в дальнейшем), но при этом позволяет сохранить доброжелательную атмосферу, увеличить масштабы выбора кандидата и привлечь сотрудников с новыми идеями. Процедура найма персонала Многие компании осуществляют найм персонала в организацию хаотично, не задумываясь о правилах и полноценной системе подбора специалистов. Это провоцирует потерю времени, сил и финансов, ведь найти квалифицированного сотрудника, который будет отвечать реальным требованиям компании, достаточно трудно. Этапы процесса найма персонала: Осознание необходимости в найме сотрудника и формирование заявки от руководителя. При этом

указываются требования к кандидатам. Определение условий найма персонала. На данном этапе выполняется подготовка инструкции с подробным указанием требований, прав, функций и обязанностей сотрудника. Выбор вида найма персонала в организацию. Подбирается наиболее оптимальный источник поиска сотрудников в зависимости от поставленных задач. Прием документов от кандидатов. Профессиональная ориентация – ознакомление со сферой деятельности, организацией, профилем работы. Отбор кандидатов. Включает несколько этапов – знакомство, анализ документов, сбор информации о соискателе, сопоставление представленной информации с заявленными требованиями и проведение собеседования. Определение профпригодности кандидата, проведение тестирования. Прохождение медицинского осмотра (для определенных направлений деятельности – обязательное условие). Прием на работу. Выбор наиболее подходящего из представленных соискателей. Если работодатель и соискатель довольны полученными результатами, то заключается трудовой договор, после чего производится назначение на должность. Организация найма персонала предполагает последовательное прохождение всех этапов для снижения ошибок при приеме соискателей на определенные должности. При этом происходит формирование положительного имиджа компании. Методы найма Для работодателя главное – подобрать сотрудников, которые были бы ответственными, целеустремленными и профессионально выполняли поставленные задачи. Именно специалисты – лицо компании, которые могут как погубить ее, так и вывести на новый уровень. Существуют различные методы найма сотрудников, у которых есть свои преимущества и недостатки: Реклама в специализированных изданиях. Позволяет найти серьезных соискателей, которые интересуются и разбираются в направлении деятельности компании. Службы занятости. У них есть большая база соискателей. Образовательные учреждения. Многие учебные заведения имеют собственные службы трудоустройства, которые могут порекомендовать успешных студентов. Кадровые агентства. Проводят дополнительную работу с соискателями, отсеивая тех, кто не отвечает заявленным требованиям заказчика, дают рекомендации во время окончательного выбора сотрудника. Случайные соискатели. Нередко специалисты, самостоятельно обратившиеся в компанию по поводу вакантных мест, оказываются именно теми кандидатами, которые нужны. Формирование сообщения о вакантной должности на телевидении, электронных картах города, в общественных местах. Использование различных площадок (доски объявлений, сайты для поиска работы).

Если рассматривать отдельный блок "Подбор персонала" (а их уйма, но об этом потом), с учетом того, что в штатном расписании есть открытая единица и выделен бюджет, то схема будет следующая (это максимально расширенный вариант)

Заявка на подбор от руководителя

1. Стратегия активного и пассивного поиска (формирование этапов отбора)
2. Собеседование с Рекрутером / или сразу Рекрутер + руководитель или с другим ЛПР
3. Тестирование (при необходимости)
4. Сбор рекомендаций
5. Служба безопасности
6. Offer
7. Выход сотрудника и оформление

1. Заявка на подбор (расширенная статья про составление заявки тут)
С самого начала, необходимо определить, какие задачи должен решать специалист в отделе (его функционал) и какие качества ему помогут решить их на отлично (проф и личностные компетенции), именно поэтому нужно развёрнуто пояснить рекрутера кто требуется, ведь без нормального ТЗ и результат (вы поняли какой)
Что нужно отразить в заявке, если у вас в компании есть внутренний менеджер по подбору персонала:
Название должности и отдел, где открыта вакансия

8. Кому будет подчинение и будет ли кто-то в подчинении
9. Социальные характеристики (пол, возраст)
10. Образование, знание языков, доп курсы

11. Описать функционал (задачи которые будет выполнять внутри отдела и со смежными подразделениями)

12. Требования к проф опыту и личностным качествам

13. Мотивация (оклад и премии), подробно расписать схему оплаты

14. Вопросы, которые следует уточнить Рекрутеру на этапе телефонного звонка (45 шт. по проф компетенциям)

Если у вас есть проверочный тест для кандидата, то его необходимо подготовить заранее и приложить к заявке! Заявку необходимо утвердить с Рекрутером, пообщаться лично и еще раз акцентировать все необходимые моменты и утвердить бриф.

2. Стратегия активного и пассивного поиска (формирование этапов отбора)

После того, когда заявка готова, Рекрутеру необходимо выстроить стратегию поиска сотрудника и воронку движения кандидата по всем этапам

Профиль кандидата (где отражаются все основные моменты из заявки + вопросы и кейсы, которыми будет оцениваться специалист на этапе отбора)

15. Утвердить кол-во этапов и сроки обратной связи от ЛПР.

16. Определить формат проведения интервью (индивидуальное, групповое и т.д.)

17. Выстроить пассивный поиск - входящий поток (публикации на job сайтах, соц сетях, среди сотрудников и тд)

18. Выстроить активный поиск - поиск "руками" (работа с базами, job сайтами, hunting, е-мейл рассылки, услуги КА и т.д)

3. Собеседование

Формат интервью может быть разный, если требуется массовый подбор, то целесообразно делать групповое собеседование (он же assessment центр), который будет проводить Менеджер по подбору персонала. Если позиции точечные, то делаем индивидуально с каждым кандидатом. Стандартный формат следующий

отсев резюме

19. первичный телефонный звонок

20. встреча в офисе

21. повторная встреча при необходимости

22. ответ (положительный или отрицательны)

Как проводить первичное собеседование выбирайте сами, могут быть разные варианты, все зависит от количества лиц принимающих решение, например:

Только Рекрутер

Рекрутер + Руководитель

Рекрутер + Руководитель + еще ЛПР, если есть

4. Тестирование

Если вакансия требует тестового задания, то следует заранее его подготовить! Если вы быстро нашли того, кого хотели и чтобы человек не ждал, пока вы составите задание (убежит же к другим, более ловким и быстрым)

Не рекомендую давать тест перед интервью (сократите воронку хороших сотрудников), да, это быстрый способ проверить человека, но велик риск того, что хорошего кандидата схантит другой, т.к. он пока не увидел ценности в вашем предложении и компании. Не перегибайте со сроком тестового, до 4-5 часов вполне адекватно. Если есть возможность, то оплатите тестовое, особенно, если это реальная рабочая задача.

5. Сбор Рекомендаций

Если кандидат подходит, то обязательно соберите на отзывы у прошлого работодателя, коллег, клиентов, если реально. Берите не менее трех контактов (желательно непосредственных руководителей будущего сотрудника)

6. Служба безопасности

Один из этапов может быть прохождение СБ. Заранее на этапе первого интервью говорите об этом кандидату.

7. Offer

Если кандидат прошел все этапы, тогда направляется *Offer* в формате pdf на почту с копией на

всех заинтересованных лиц. Формы документов бывают разные, но основная информация должна быть следующая:
ФИО, благодарность за встречи, предложение на следующих условиях

23. Название должности, фио и должность непосредственного руководителя
24. Должностные обязанности: указать все задачи, которые будут выполняться в рамках данной позиции
25. Период ИС
26. Оклад и премия на ИС (указывать в net)
27. Оклад и премия на после ИС (указывать в net)
28. График работы, форма занятости
29. Иные условия компенсации и доп. плюшки (Например: 13 зарплата, ДМС, оплата мобильной связи и т.п.)
30. Дата выхода
31. Также можно написать о сроках действия данного предложения (т.е. если до определенной даты не будет ответа, то предложение аннулируется)
32. Подпись и согласие от кандидата
33. Можно внести данный пункт как дополнение с просьбой выслать скан или принести в первый рабочий день

Написать список документов, которые необходимо при себе иметь в первый рабочий день!

9. Выход сотрудника и оформление

Заранее до выхода сотрудника подготовить ему рабочее место, создать учетные запись, настроить ПК, согласовать договора у юристов и бухгалтерии, забронировать переговорку для Welcome-тренинга в первый рабочий день и проинформировать отдел, куда выходит человек. Пусть сотрудник прейдёт и поймет, что его ждали ;)

Как мы видим, этапов много и каждый из них важен, они пройдут быстро, если процесс в компании автоматизирован!

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Определение потребности в кадрах и формулирование требований к персоналу.
2. Анализ потребности (настоящей и будущей) в кадрах.
3. Модель рабочего места.
4. Разработка и внедрение требований к должностям с учетом опережающего развития организации.
5. Основные правила определения требований к кандидатам на должность руководителей.
6. Способы привлечения персонала.
7. Активные методы найма кадров.
8. Вербовка персонала.

1. Учебная дисциплина - **Оценка и управление материальными и кадровыми ресурсами гостиницы**

2. РАЗДЕЛ 3. Основы деловой оценки и адаптации персонала в гостинице **/ Оценка персонала гостиницы**

3. Цель занятия. Изучить особенности оценки персонала гостиницы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Формы и методы оценки персонала	Опрос, оценка знаний студентов
2	Построение системы оценки персонала	Опрос, оценка знаний студентов

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Оценка персонала - это целый целенаправленный процесс установления соответствия количественных и качественных профессиональных характеристик персонала требованиям должности (рабочего места), подразделения и организации в целом /8, 204/.

Оценка персонала в организации должна проводиться регулярно, для того чтобы сотрудники видели результаты своего труда, справедливо оцененные руководителям, а руководителями по результатам оценки могли лучше управлять сотрудниками и эффективнее их использовать. Важная роль в осуществлении оценки принадлежит специалистам по управлению персоналом, менеджерам, в целом руководителям различного ранга.

Тема лекционного занятия «Оценка персонала гостиницы».

Текст лекции.

Для осуществления оценки персонала, важное значение имеет определение целей, методов, критериев оценки.

Цели оценки персонала:

Улучшение качества, которое достигается путем периодического и систематического оценивания.

Единство действий в управлении, так как единая система оценки позволяет ожидать, что действия по управлению будет соответствовать результатам оценки и будут более эффективными.

Более эффективное использование человеческого потенциала. Коллектив организации имеет социально-психологический потенциал, который должен быть использован, который должен быть использован по возможности лучшим образом.

Формирование и поддержание здорового морально- психологического климата в коллективе. Обоснованная, справедливая и гласная оценка способствует здоровому морально-психологическому климату.

Повышение производительности, так как персональные оценки - стимул для оцениваемых. Длительность повышения производительности существенно зависит от правильности оценки персонала.

Основные задачи оценки персонала:

Управленческое воздействие. С помощью оценки, а также с помощью оценочного разговора можно показать сотруднику его место в соответствии с его достижениями, что способствует управляемости персонала.

Определение размеров вознаграждения, так как лишь при объективной оценки достижений сотрудника, возможно, справедливо оплатить его труд.

Развитие персонала, так как обеспечивает выбор достойных форм поощрения и содействия профессиональному росту работников.

Рациональное использование сотрудников, поскольку оценка обязательна при занятии рабочего места, повышение по службе, перемещение принятия решения об оставлении рабочего места.

Трудовая мотивация, так как она - импульс к сознательной деятельности сотрудников, направленный на повышение достижений.

Кроме того, оценка персонала может помочь в решении таких значительных задач, как:

- установление обратной связи с сотрудником по профессиональным, организационным и иным вопросам;

- удовлетворение потребности сотрудника в оценке собственного труда и качественных характеристик.

Определение степени эффективности труда имеет своей главной целью: улучшить результативность работы персонала, помогая ему реализовать и полностью использовать его

потенциал; снабжать работников и руководителей информацией, необходимой для принятия решений, связанных с работой

В этом заключается основная цель оценки результатов деятельности персонала

деятельности персонала, которую можно разделить на три группы функций: административную, информационную и мотивационную.

Административные функции: повышение по службе, понижение, перевод, прекращение трудового договора. Каждая организация должна осуществлять оценку труда своего персонала для принятия административных решений о повышении, переводе и прекращении трудового договора. Продвижение по службе помогает организации, поскольку позволяет ей заполнять вакансии служащими, которые уже проявили свои способности. Оно помогает и служащим, удовлетворяя их стремление к успеху, достижениям и самоуважению. Продвижение по службе - отличный способ признания достижения работника. Однако при принятии решении о продвижении по службе руководство должно поощрять только тех, кто имеет способности для эффективного исполнения обязанностей в новой должности. К сожалению, иногда повышают тех работников, которые хорошо исполняют свои нынешние обязанности, но не располагают потенциалом для эффективной работы в новой должности.

Перевод можно использовать, чтобы расширить опыт работника, а также в тех случаях, когда руководство считает, что он или она будут работать более эффективно в другой должности. Иногда перевод используется и в тех случаях, когда человек работает неудовлетворительно, но в связи с его большим стажем или прошлыми заслугами руководство считает, что прекращение трудового договора с ним было бы неэтичным. В такой ситуации перевод представляет собой понижение в должности, и работник оказывается на такой должности, где он еще может приносить какую-то пользу, но не будет "блокировать" карьеру молодому способному работнику.

В тех случаях, когда работнику сообщили оценку результатов его труда и предложили достаточные возможности для ее улучшения, но он не хочет или не может работать по стандартам организации, трудовой договор с ним должен быть расторгнут. Какова бы не была административная ситуация, ясно, что без эффективного метода оценки результатов деятельности невозможно принять решения.

Информационные функции. Оценка результатов деятельности нужна для информирования людей об относительном уровне их работы. При должной постановке этого дела работник узнает не только о том, достаточно ли хорошо он работает, но и каковы сильные или слабые стороны и в каком направлении он может совершенствоваться.

Мотивационные функции связаны с тем, что, определив сильных работников, администрация может должным образом вознаградить их благодарностью, зарплатой или повышение в должности. Систематическое положительное подкрепление поведения, ассоциирующегося с высокой производительностью, должно вести к аналогичному поведению и в будущем.

Информационные, административные и мотивационные функции трудовой деятельности взаимосвязаны и действуют как система. Информационная, ведущая к административному решению о повышении по службе, должна положительно мотивировать человек к хорошей работе.

Оценка деятельности персонала требует наличия стандартов, с которыми сравнивается его деятельность.

В стандарты исполнения следует включать два основных вида информации: что сделано и как хорошо это сделано. Стандарты исполнения нацелены на то, как хорошо задания выполнены. Каждый стандарт должен быть достаточно ясно изложен, для того, чтобы руководитель и подчиненный знали, чего ожидать, и будет ли это достигнуто. Так как стандарты исполнения и трудовые задачи тесно связаны между собой, общепринятым является их взаимное развитие. Стандарты исполнения приводят требования к работе на уровни, приемлемые или неприемлемые для поведения работника. Они играют критическую роль в системе "анализ работы - оценка исполнения"

Ключевыми требованиями к любой системе оценки являются: уместность, чувствительность, надежность, приемлемость и практичность. Рассмотрим каждое из них.

Уместность предполагает, во-первых, четкие связи между стандартами исполнения для индивидуальной работы и целями организации и, во-вторых, четкие связи между критическими элементами, идентифицированными через анализ работы и размеры оценочных форм. Уместность - это ответ на вопрос: "чем в действительности является разница между удачей и неудачей в индивидуальной работе?".

Чувствительность заключается в том, что оценочная система исполнения должна быть способна отличать эффективных исполнителей от неэффективных. Если этого нет, то система оценки не может быть использована для целей управления и, конечно, не может помочь работникам в их развитии. Все чаще западные страны стараются осуществить оценку исполнения через "профиль исполнения", который является компьютерной разработкой, где сильные и слабые стороны подчиненного, отклоняющиеся от средней величины, представляют собой его собственные способности. Эта градация по уровням бессмысленна для сравнения работников друг с другом, но она очень полезна для индивидуального продвижения и развития. Практика показывает наличие противоречия между оценками, сделанными для административных целей развития работников. Оценочная система, спроектированная для административных целей, требует информации о различиях между индивидуумами, тогда как система, спроектированная для роста сотрудников, требует информации о дифференциации среди сотрудников. Это - два различных типа информации.

Надежность касается последовательности суждений. Для любого работника оценка составляется по рейтингам работы независимо от других, близких по смыслу суждений. Но оценки, данные различными людьми (руководители, равные по положению, подчиненные), очень различаются по одной и той же работе. Снабжая надежными данными, каждый оценщик должен иметь соответствующие возможности для наблюдения за тем, что работник сделал, и за условиями, в которых он это сделал. Иначе ненадежность может выглядеть как непривычность.

Приемлемость - на практике наиболее важное требование, так как программы управления персоналом должны быть поддержаны теми, кто будет их использовать, или теми, кто потенциально может им препятствовать. К сожалению, многие организации не прилагают достаточных усилий для поддержки и участия тех, кто будет использовать оценочную систему. Упор делался больше на технический аспект, чем на межличностные и внутри коллективные компоненты программ оценки исполнения. Этими действиями власти подрывают доверие ко всей оценочной системе. Проще заручиться активной поддержкой и содействием подчиненных для определения точных аспектов оценки исполнения, которые они дадут. Следует проявлять больше открытости в управлении персоналом, с тем, чтобы сказать: "Вот что вы должны делать для компетентного исполнения", а затем ожидать выяснения типов приемлемости доверительности, которые необходимы для оценки исполнения.

Практичность предполагает, что инструменты оценки должны быть просты для понимания и использования руководителями и подчиненными.

Изучив роль методов оценки персонала, следует перейти к непосредственному рассмотрению самих методов.

1.3 Виды методов оценки персонала

В индустрии гостеприимства оценку деятельности персонала производят по двум направлениям:

- учет результатов труда (прямая оценка);
- анализ деловых и личных качеств работника, влияющих на эти результаты (косвенная оценка).

Прямые виды оценок требуют, чтобы руководитель и подчиненный вместе определили согласованные конкретные цели, которые впоследствии будут использованы в качестве стандарта для будущих оценок.

Косвенные оценки являются традиционными, они сфокусированы на таких чертах характера работника, как инициатива, способность срабатываться с коллективом, надежность,

отношение к людям, т.е. рассматриваются личностные качества работника в сопоставлении с предписанными ему должностными обязанностями.

Рассмотрим прямые и косвенные оценки деятельности более подробно.

Прямой вид оценки деятельности персонала может быть предоставлен как система оценки результатов труда и управления по целям. Процедура оценки результатов труда персонала довольно сложна и во многом напоминает процедуру проведения качественной оценки работ. Различие состоит в том, что во втором случае за базу оценки берется сама работа, а в первом — ее выполнение и деловые качества персонала. С помощью оценки результатов труда определяют, на сколько эффективно работник выполняет свою работу в сопоставлении с конечными целями организации (эта процедура применима только в отношении постоянных (штатных) работников).

Для того чтобы процедура оценки результатов труда была эффективной, она должна:

- установить «стандарты» результативности труда для каждого рабочего места;
- установить процедуру оценки результативности труда (когда, сколь часто и кто проводит оценку, критерии и методы оценки);
- побуждать лиц, проводящих оценку, на то, чтобы они собирали информацию о результативности труда работников;
- обсудить результаты оценки с работником;
- принять решение и задокументировать оценку /10, 35/.

Учет результатов труда в той или иной форме практикуется в отношении практически всего персонала, поскольку является основой оплаты труда. Для рабочих и части служащих результаты труда выражаются в установлении ясных и четких целевых показателей, на которые должен выйти работник через определенный срок. Для тех категорий персонала, чей труд не может быть строго пронормирован, главными критериями результативности их труда могут выступать:

- производительность труда;
- соответствие заранее поставленным целям на определенный период.

Под производительностью в данном контексте понимаются количественные и качественные результаты работы персонала за определенный период.

Работы определенного вида и качества могут быть измерены в единицах количества предоставляемых услуг на единицу времени. Соизмеримость различных видов результатов труда и их качества можно обеспечить путем сравнения со стандартом.

Результат труда в принципе зависит от производительности работника, производительности используемых факторов и условий труда.

К объективным факторам производительности относятся средства труда (машины), вспомогательные и производственные материалы, методы и организация производства, организация рабочего места и условий труда, время и структура труда.

Субъективные факторы производительности могут корениться в самом сотруднике (способность и желание к производительности) или в социальной структуре предприятия (отношения начальников и подчиненных, производственный климат, климате группах). Производительность определяется способностями (телосложение, одаренность, образование, опыт) и производительными возможностями в данное время (здоровье, утомление, биоритм). Желание к производительности постоянно зависит от субъективной оценки стимулов деятельности (удовлетворение от труда), причем важную роль играют факторы вознаграждения труда, возможностей развития, участия в принятии решений, условия труда, безопасность и т.п.

Для простой оценки производительности могут быть использованы показатели выработки (например, для сдельной оплаты). При дифференцированной оценке Производительности сотрудника в оценку должны быть включены, прежде всего, его производительность (количество и качество результатов труда или выполнения цели Работы, достижения как человека), его поведение при выполнении работы (по отношению к коллективу предприятия и посторонним, соблюдение инструкций и указаний, надежность, обращение с предметами) и его пригодность к использованию в работе (самостоятельность, гибкость). Оценку отдельных критериев можно произвести по взвешенной шкале балльных оценок.

Критериями, по которым можно измерить участие работополучателей в результате, являются:

- выполненная работополучателем работа (часы, количество продукции, качество);
- социальный статус и принадлежность работополучателя к предприятию;
- участие в создании стоимости;
- положение с заказами;
- развитие оборота;
- результат деятельности предприятия;
- распределение прибыли.

Критерии могут быть относительно объективно определены при помощи системы учета в организации (например, годового баланса).

Управление по целям (УПЦ) — хорошо известный процесс управления, который полагается на достижение установленных целей для гостиничного комплекса в целом, для каждого отдела, для каждого менеджера внутри каждого отдела и для каждого работника. УПЦ — это не мера исполнения работников, это мера вклада каждого работника в успех организации.

Управление по целям — система планирования и контроля. Оценка деятельности персонала по достижению целей эффективна только при условии, что индивидуальные и организационные цели совместимы и интегрированы в единую систему, которая предполагает создание механизма взаимодействия формального процесса корпоративного планирования с системой индивидуальной ответственности и стимулирования работников /11,608/.

Оценка по целям состоит из следующих этапов:

1. Определение нескольких главных обязанностей (функций) работника.

2. Конкретизация каждой из этих функции в определенных экономических показателях (прибыль, издержки, объем, сроки, качество и т.д.).

3. Установление единиц измерения (проценты, дни, тенге) и системы показателей, отражающих результаты деятельности (сокращение сроков, снижение брака, рост прибыли в процентах к прошлому году — для управляющих и т.д.)

4. Установление минимальных и максимальных «стандартов исполнения» по каждому показателю.

5. Соотнесение максимальных и минимальных результатов исполнения с принятыми стандартами (выше максимального, на его уровне, ниже минимума) и выведение оценочного балла.

6. Средняя оценка по всем показателям.

Поскольку положение работника в гостинице определяется его рабочим местом или должностью, то его вклад в деятельность отеля должен осуществляться на основании того, насколько хорошо он справляется со своими обязанностями.

Анализ должностных требований и содержания работы на рабочих местах принципиально важен для установления целей. Его следует проводить в таком порядке:

1. Рассмотреть необходимость или целесообразность того или иного вида трудовой деятельности и ее вклада в результаты деятельности подразделения (или организации).

2. Определить ключевые аспекты этой деятельности, от которых зависит успех достижения конечных целей, и ранжировать их в порядке приоритета. Если цели деятельности разнообразны и многочисленны, их следует ранжировать таким образом, чтобы работнику было ясно, что требует первоочередных усилий и особого внимания.

3. Обосновать нормы трудового поведения, которые отражают желательный результат. Он должен быть приемлем для данной организации, т.е. отвечать ее требованиям к исполнению служебных обязанностей на тех или иных рабочих местах.

4. Выбрать систему единиц измерения для оценки работников. (Следует выработать показатели, позволяющие представить в количественном выражении даже те стороны деятельности или качества работников, которые с трудом поддаются измерению).

5. Определить, что требуется для улучшения работы и способа ее выполнения и как это может быть достигнуто работником за определенный период.

Анализ деятельности работников, исходя из качества исполнения функциональных обязанностей, позволяет установить причины или «узкие места», ставшие причиной невыполнения запланированных целей. При этом возможность обоснованно. Распределять ответственность между руководителями и подчиненными появляется в том случае, если, несмотря на эффективную работу исполнителей, общие задачи организации оказываются невыполненными.

Для контроля за ходом достижения целей необходимо ориентироваться на нормативы, В качестве нормативного принимается такой уровень исполнения обязанности, который считается приемлемым патом или ином рабочем месте по согласованию между руководителями и подчиненными. Относительно нормативных фактические результаты могут быть оценены дифференцирование в виде уровня достижения целей.

При формировании нормативов можно руководствоваться следующими общими установками на:

- анализ результатов деятельности за ряд предшествующих периодов;
- оценку реалистичности предполагаемых нормативов;
- определение различия в уровнях трудовой деятельности в виде отклонении от нормативов ту или другую сторону;
- оценку влияния содержания функциональных обязанностей на нормативы и устранение излишних, малопродуктивных элементов работы или способов се выполнения.

Содержание и структура требований, предъявляемых к работникам на рабочих местах, влияют на нормативы трудовой деятельности. Закрепление неправильных методов выполнения работы в качестве нормативных способно привести к искажению ожидаемых результатов, поэтому нормированию трудовых операций должен предшествовать анализ содержания выполняемых функций. Участие работников в разработке предложений по совершенствованию выполняемых функций, их упрощению, совмещению или разделению - непременное условие для повышения эффективности работы.

В настоящее время оценка результатов деятельности превращается в один из главных инструментов формирования и развития трудового коллектива. Глубокие знания в этой области являются одной из основных составляющих стиля руководства современного менеджера. Говоря о методологии оценки, специалисты кадровых служб подчеркивают значение так называемой обратной связи, т.е. доведение ее результатов до самих работников, с тем, чтобы они могли сопоставить свои успехи с результатами других. Гласность — одно из важнейших условий повышения эффективности любых систем оценки. Оценка результатов деятельности требует, чтобы руководители собирали информацию о том, насколько эффективно каждый работник выполняет делегированные ему обязанности. Сообщая эти сведения своим подчиненным, руководитель дает им возможность исправить свое поведение, если оно не соответствует принятому. Вместе с тем оценка результатов деятельности позволяет руководству определить наиболее выдающихся работников и реально поднять уровень их достижений, переводя их на более привлекательные должности.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Основные направления оценки персонала.
2. Цели оценки персонала.
3. Задачи оценки персонала.
4. Этапы деловой оценки.
5. Традиционная классификация методов оценки персонала.
6. Сравнительная характеристика различных методов оценки персонала.
7. Система показателей деловой оценки персонала.
8. Личная эффективность сотрудника.
9. Параметры, влияющие на личную эффективность.
10. Российская специфика 360 градусов.
11. Принципы формирования системы оценки личной эффективности работников.
12. Особенности применения методики Ассессмент центр.

1. Учебная дисциплина - **Оценка и управление материальными и кадровыми ресурсами гостиницы**

2. РАЗДЕЛ 3. Основы деловой оценки и адаптации персонала в гостинице **/ Адаптация персонала в гостинице**

3. Цель занятия. Изучить адаптацию персонала в гостинице.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Адаптация персонала предприятий гостинично-ресторанного бизнеса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Высвобождение персонала предприятий гостинично-ресторанного бизнеса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Для решения проблемы долгого поиска специалистов на вакантные должности, отелю необходимо стать привлекательным местом работы. В настоящее время многие гостиницы готовы принимать на линейные позиции и должности средне-операционного звена молодых специалистов с высшим образованием (в приоритете, профильным) и небольшим опытом работы, заинтересованных начать или продолжить карьеру в сфере гостеприимства. Уровень заработной платы, особенно на линейных позициях, часто не является достаточным для придания ценности той или иной открытой вакансии в отеле.

Тема лекционного занятия «Адаптация персонала в гостинице».

Текст лекции.

Одними из проблем, присутствующими в большинстве отелей, являются повышенная текучесть нового персонала вследствие отсутствия программ адаптации, и низкий уровень возможностей карьерного роста. Молодой специалист, начинающий впервые свой карьерный путь в гостиничном бизнесе, часто не получает должного внимания, а также информации о специфике работы и возможностях развития в данной сфере и конкретно на данном предприятии. Только при грамотной организации программ адаптации, отели могут не только удержать нового сотрудника, помогая ему спокойно и уверенно войти в рабочие процессы, но и заинтересовать карьерными перспективами, возможностями развития в тех или иных направлениях.

Чтобы справиться с указанными проблемами, я предлагаю внедрение и реализацию программ адаптации с элементами обучения и карьерного консультирования новых сотрудников, особенно тех, кто впервые начал свою работу в гостиничном бизнесе.

Задачами такого рода программ по итогам первого года их реализации для отеля будут являться:

1. повышение привлекательности HR-бренда отеля среди молодых специалистов (увеличение количества откликов на одну вакансию, уменьшение срока закрытия вакансий);
2. снижение текучести кадров;

3. эффективная адаптация и удержание новых сотрудников отеля (ожидаемое снижение доли ухода персонала в первый год работы);

4. рост интереса среди молодых специалистов к гостиничной индустрии и понимание карьерных перспектив (в том числе в данном отеле);

5. привлечение талантливых молодых соискателей для дальнейшего «выращивания» квалифицированных кадров.

Итак, какие этапы включить в программу адаптации нового персонала отеля: знакомство с гостиницей, общая программа обучения, тренинги по развитию навыков, стажировка, карьерное консультирование. **Продолжительность такой программы** может составлять три месяца для каждого нового сотрудника (практиканта), и заканчиваться вместе с испытательным сроком (окончанием практики). Этапы программы распределяются равномерно и циклично в течение всего года для того, чтобы независимо от месяца поступления на работу каждый новый сотрудник мог начать обучение.

Миссию качественной программы адаптации в отелях я вижу в повышении привлекательности гостиничной индустрии как сферы труда. Это немаловажный аспект в современное время, когда мы видим снижение спроса на гостиничном рынке труда среди соискателей, а также дефицит талантливых кадров.

С целью повысить привлекательность HR-бренда и сформировать EVP (Employee Value Proposition – ценностное предложение сотруднику) для молодых специалистов, отель сможет реализовывать совместные программы с профильными учебными заведениями города. Рассмотрите возможность прохождения студентами внутреннего обучения в рамках программы адаптации в вашем отеле. Во-первых, это позволит будущим специалистам лучше понять специфику деятельности гостиницы, узнать возможности и направления построения карьеры в гостиничной индустрии, получить персональные рекомендации. Во-вторых, данная возможность привлечет талантливых и перспективных молодых специалистов начать карьеру в вашем отеле – во время практики и одновременного участия в такого рода обучении они подробно узнают предприятие, пройдут первичную адаптацию и смогут уверенно и быстро приступить к работе.

Кроме того, отель сможет анонсировать возможность обучения по уникальной программе адаптации и все сопутствующие преимущества на своих главных страницах рекрутинговых порталов и в тексте вакансий, в социальных сетях и на собственном сайте в разделе «Карьера». Обучающая программа станет ценностным предложением, которое отель сможет предоставить соискателям на рынке труда гостиничной индустрии. При успешном внедрении и реализации, программа адаптации с элементами обучения окажет положительное влияние на имидж HR-бренда отеля.

6. Первый этап программы адаптации – знакомство с отелем

Как проходят первые рабочие дни ваших новых сотрудников? Видят ли они что-то дальше своего рабочего места? Встречает ли их ваш отель также радушно, как гостей? Поверьте, ответы на эти вопросы достаточно важны – ведь первое впечатление нужно произвести не только сотруднику, но и вам, как работодателю.

Последние годы, часто общаясь с молодыми специалистами и недавними выпускниками, приходилось слышать один и тот же сценарий начала их работы в отелях – приняли на работу, началось обучение специфике должности во время рабочих смен, а дальше ресепшен или зала ресторана (как пример) ничего не знаем, ничего не видели… О какой качественной адаптации новичков можно говорить, если самая начальная, самая простая ступень не реализуется?

Что же нужно сделать в первые дни и в первый месяц работы недавно принятого персонала?

Во-первых, проведите экскурсию по гостевым зонам, покажите основные категории номеров, а также рестораны, конференц-залы и другие возможности отеля. Это касается всех сотрудников, независимо от должности – от уборщицы до техника, они все должны иметь представление о том месте, где будут работать. Также не менее важна экскурсия по служебным зонам – раздевалки, столовая, офис, служебные входы и выходы и др. Как раз во время обхода служебных территорий уместно будет представить новых сотрудников руководителям и

менеджменту основных служб отеля, и, конечно же, генеральному управляющему. Серьезно, были случаи, когда молодые специалисты сообщали, что первые три месяца не видели руководство даже в лицо, не говоря уже о личном знакомстве.

Во-вторых, в первые дни у сотрудника должны оказаться на руках все материалы для комфортного начала работы – информационная папка с процедурами и стандартами отеля, выдана униформа, пропуск и т. п.

Задача отдела персонала – в первый же месяц довести до сведения новичков миссию, философию, ценности отеля, особенности корпоративной культуры, принятые традиции. Чтобы сотрудник чувствовал себя комфортно – ему необходимо полностью владеть информацией о своем месте работы, как и что принято в этой компании, а что не приветствуется.

Если у вас проводятся общие собрания для всего персонала отеля – не забудьте на них представить всех новых сотрудников, поступивших к вам за последний месяц/месяцы.

Согласитесь, все выше перечисленные шаги очень просты – но, к сожалению, в отелях о них часто забывают или не считают важными. В то же время, они играют серьезную роль в адаптации сотрудника, и влияют на его дальнейшее желание продолжить работу у вас, а не покинуть отель в первые месяцы работы.

7. Второй этап адаптации – обучение

Ваш новый сотрудник познакомился с отелем, его коллективом и корпоративной культурой, узнал принятые у вас правила, процедуры и принципы работы. Чем он будет заниматься на протяжении испытательного срока? Какие знания получит для дальнейшей работы не только в своей должности, но и в гостиничном бизнесе?

Я рекомендую вам не сужать рамки обучения новичка до обязанностей внутри его отдела, в который он принят на работу. Особенно это касается тех сотрудников, чей опыт невелик или ранее был не связан с отелями. Гостиничный бизнес, впрочем, как и любой другой, может функционировать слаженно и эффективно при условии, что работающие в нем люди понимают его специфику.

Именно поэтому, в период адаптации нового персонала, грамотным решением руководства и HR-отдела станет предоставление краткосрочного обучения основам деятельности отеля и гостиничной индустрии. Расскажите на небольших семинарах об особенностях работы в отеле вашего уровня, о взаимодействии с гостями и работе с конфликтами, о специфике работы служб отеля и их взаимодействии. Познакомьте поближе новых сотрудников с вашими гостиничными продуктами и услугами – порядком цен, основные процессы их реализации. Не лишним будет кратко пройтись по гостиничному рынку вашего региона, вашим конкурентами и т. д.

Для персонала любого уровня будет полезна информация в том числе о бизнес-процессах и документообороте вашего отеля, если он автоматизирован – то в какой программе (например, Мегаплан, Битрикс и др.), и кто имеет доступ. В общих чертах коснитесь основной АСУ, в которой работает отель и ресторан (более глубокое погружение в изучение программы будет уже предназначено для определенных должностей). Такого рода небольшое обучение не отнимет у вас много времени и ресурсов, его достаточно проводить раз в три месяца, циклично повторяя в течение года. Таким образом, все новые сотрудники получат тот минимум информации, который будет необходим для работы именно в отеле!

8. Стажировка во время адаптации

Основной ступенью адаптации нового сотрудника, конечно же, является его стажировка в той должности и той службе, куда он был принят. Сам по себе процесс стажировки непрерывен на протяжении всего испытательного срока. Но есть этапы, которые следует изучить уже в первые недели работы. К ним можно отнести:

9. изучение стандартов и специфики работы службы, к которой относится должность сотрудника;

10. изучение особенностей, основных процедур и чек-листов занимаемой должности, а также обязанностей и зоны ответственности согласно должностной инструкции.

Главным условие успешной стажировки будет являться нахождение нового сотрудника под постоянным патронажем наставника. Именно наставник будет его не только

контролировать, но и консультировать по всем возникающим вопросам в работе, помогать в решении различных ситуаций на начальных этапах. Таким наставником может выступить либо руководитель службы, в которую принят новичок, либо старший сотрудник (супервайзер). Важно, чтобы у наставника был и необходимый опыт, и желание обучать.

Для этого следует мотивировать наставника (особенно если это не руководитель службы и у него нет прямого интереса в качественном обучении нового сотрудника). Поощрение будет являться мотивом для эффективного обучения стажера, а не для галочки (как это часто бывает).

В виде поощрения можно использовать не только денежную доплату, но и, например, дополнительный день к отпуску, сертификат на услуги партнеров вашего отеля и др. Главное, отметить работу наставника!

По окончании испытательного срока (и программы адаптации) я рекомендую наставнику и сотруднику подвести итоги стажировки, еще раз пройтись по всем основным моментам самостоятельного вступления в должность, ответить на возможные вопросы новичка.

Помните – грамотно организованная стажировка персонала является залогом его быстрой и качественной работы в дальнейшем.

11. Тренинги по развитию навыков

Еще одним этапом программы адаптации будут являться тренинги, касающиеся лидерских навыков и умений работать в команде. Это универсальные типы программ для любой службы, любого уровня персонала, в том числе и новичков. Тренинг по лидерству позволит раскрыть потенциал сотрудника, наметить план развития в себе необходимых качеств (особенно, если есть определенные карьерные стремления), а также выявить неформальных лидеров. Тренинг по работе в команде призван помочь сотрудникам эффективно взаимодействовать между собой, решать конфликтные ситуации как внутри службы, так и с персоналом других подразделений.

В программу тренингов рекомендуется включить интересные командные игры, с возможностью проявить себя, например, взять ответственность, принять решение совместно с командой или единолично, побороть свой страх и неуверенность и т. д. Игра с самого начала задает нужный темп тренингу – у участников рождается азарт и интерес к процессу, в котором каждый из них может раскрыться!

12. Карьерное консультирование

Последний, заключительный этап адаптации, который, зачастую, упускают отели – карьерное консультирование и планирование.

Планирование карьеры сотрудника на начальных этапах его работы в вашем отеле, пожалуй, не менее важный момент, которому нужно уделить внимание. Мы уже не раз поднимали тему ухода персонала в первые месяцы работы. Но, ни одна программа адаптации не сработает должным образом, если новому сотруднику не рассказали о перспективах его развития в отеле, о тех возможностях, которые позволят ему расти и развиваться как профессионалу. Особенно остро данный вопрос стоит у молодых специалистов, недавних выпускников вузов, или же студентов, пришедших к вам на подработку и желающих после окончания учебы продолжить работу у вас. Если изначально они увидят отсутствие каких-либо возможностей роста (не обязательно вертикального) в вашем отеле, если от своих коллег узнают, что можно вечность находиться в должности официанта или администратора службы приема, так и не дождавшись интересных предложений – новички уйдут очень быстро. И, в дальнейшем, позиционирование вашего отеля как работодателя будет сводиться как к месту подработки, но не более. Сарафанное радио сделает свое коварное дело.

Какие шаги отдел персонала и руководство могут внедрить уже на этапах адаптации сотрудника для планирования его карьеры? Самое первое, что нужно сделать – определить все возможности развития и роста для персонала, которые вы можете предложить. Какие обучающие программы, курсы, тренинги, проекты и виды наставничества существуют в отеле? Есть ли программы кадрового резерва или Talent Management? Существует ли реальная возможность карьерных передвижений вертикально или горизонтально? Потратьте несколько дней и сформируйте, упакуйте все в единый план, назовите его «Карьера и развитие в нашем отеле», сделайте его одним из элементом EVP, частью своей корпоративной культуры. Я

уверена, что любой отель располагает ресурсами для развития своих сотрудников – задачей отдела персонала будет являться определить их, и создать на их базе привлекательные эффективные программы!

Таким образом, новый сотрудник, приходя к вам на работу или практику/стажировку, будет введен в курс дела о всех возможностях развития у вас. Проведите в период адаптации небольшую лекцию о карьерных перспективах в гостиничной индустрии и конкретно в вашем отеле. Что нужно для этого делать, какими качествами обладать, какие шаги предпринимать, в каких программах принимать непременное участие и проявлять себя. Презентуйте все уникальные возможности роста у вас! Обязательно поделитесь историями успеха вашего персонала – примеры заразительны, и воодушевляют!

Кроме того, рекомендую по окончании испытательного срока организовать личные беседы с сотрудниками. Провести индивидуальное карьерное консультирование каждого, раскрыть потенциал, выявить его заинтересованность роста в том или ином направлении в отеле. Помощником может выступить анкета, предварительно заполнив которую, сотрудник укажет свои принципы работы, ценности, интересы и планы на дальнейшее развитие.

Зачастую, небольшие отели не располагают возможностями именно карьерного роста, но это не значит, что персонал нельзя развивать и предлагать им участие в разного рода проектах, в которых возможна дополнительная финансовая мотивация и расширенный (новый) круг обязанностей. Специфика гостиничного бизнеса тем и привлекательна, что у нее нет жестких границ – отель, располагая своими главными ресурсами, может расширять спектр дополнительных услуг для гостей. Тем самым добавляя новые и интересные проекты в деятельность своих сотрудников. Приведу лишь некоторые примеры из личной практики – новые проекты отеля, на базе его номерного фонда и ресторана:

13. «морской кейтеринг» – предложение для теплоходных компаний по организации фуршета и банкета;
14. подарочные сертификаты – разработка и продвижение уникальных пакетов (программ) услуг отеля и ресторана;
15. программа лояльности для консьержей – бонусная программа для консьержей других гостиничных предприятий с целью рекомендации и продвижения ресторана вашего отеля.

Особая мотивация для сотрудников, участвующих в реализации такого рода проектах (их еще можно назвать «внутренним предпринимательством») – возможность проявить не только свой талант и профессиональные качества, но и удовлетворить свои амбиции в лидерстве и независимости, и, что немало важно, получить дополнительный доход.

Если вы ранее не задумывались о таком способе развития персонала – то, возможно, сейчас пора рассмотреть и внедрить его в программу кадрового и профессионального развития ваших сотрудников. Очевидный плюс для отеля – дополнительный доход в бюджет, который могут принести подобного рода проекты. Инициативные и талантливые сотрудники, назначенные в качестве кураторов, возьмутся с непременным энтузиазмом за их разработку и реализацию, а вы сможете установить им, как вариант, определенный процент с дохода. Что может быть интереснее и амбициознее, как свой собственный проект, касаемо улучшения обслуживания или создания нового интересного гостиничного или ресторанного продукта (услуги) в отеле, где ты работаешь.

Подводя итог в рассмотренной нами теме адаптации нового персонала, хочется отметить, что позиционирование гостиничной индустрии как рынка труда целиком и полностью зависит от политики отелей по привлечению новых кадров. Сотрудник, без энтузиазма введенный в должность и обделенный вниманием со стороны компании в первые месяцы своей работы, – в конечном итоге покинет не только данный отель, но и гостиничный бизнес, выбрав себе в качестве продолжения карьеры другую сферу деятельности. Только совместный качественный подход всех игроков гостиничного рынка труда к решению данной проблемы даст положительный эффект.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Основные направления адаптации.
2. Элементы управления системой адаптации, а также возможные пути решения проблем по каждому элементу.
3. Этапы процесса адаптации
4. Элементы комплексного исследования адаптации персонала в организации.
5. Понятие и методы профориентации
6. Основные преимущества применения услуги аутплейсмента.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – **Оценка и управление материальными и кадровыми ресурсами гостиницы**

2. **РАЗДЕЛ 1. Основы управления материальными ресурсами в гостинице**
Тема 1.1. Виды материальных ресурсов
Тема 1.2 Особенности управления материальными ресурсами в гостинице

3. Цели занятия.
Изучение материальных потоков в логистике.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и виды материальных ресурсов в гостинице.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Особенности логистики в гостиничном хозяйстве.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия – Основы управления материальными ресурсами в гостинице

Тема практического занятия: Виды материальных ресурсов

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Концептуально-методологические основы логистики.
2. Концепция логистики и ее особенности в отеле. Логистическая инфраструктура.
3. Глобальная логистика.
4. Прогнозирование в логистике.
5. Причины применения логистики в гостинице.
6. Пути оптимизации работы отеля с помощью логистического подхода.
7. Особенности логистики в гостиничном хозяйстве.
8. Логистическая инфраструктура.
9. Логистика в жизненном цикле продукта.
10. Интегрированная цепь в логистике.
11. Логистика и ревенью менеджмент в отеле.
12. Логистика и программы лояльности в гостинице.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Что понимается под концепцией логистики?
2. Перечислите основные концепции логистики.
3. Перечислите концепции логистики второго плана.
4. Какие функции логистики вы знаете?
5. Назовите основные принципы логистики.
6. Перечислите логистические принципы оптимизации процесса.
7. Что такое материальный поток и по каким признакам он классифицируется?
8. Что такое логистическая операция и логистическая процедура?
9. Раскройте понятие логистической системы и четыре ее признака.
10. Какие выделяются виды логистических систем?
11. Назовите и охарактеризуйте три вида микрологистической системы.
12. В чем заключается системный подход логистики?
13. Назовите и охарактеризуйте основные функциональные области логистики.
14. Какие модели применяются в исследованиях логистических систем?
15. Охарактеризуйте варианты организации материального потока.
16. Раскройте правило Паретто.
17. Что представляет собой метод АВС?
18. Что представляет собой анализ XYZ?

1. Учебная дисциплина – Оценка и управление материальными и кадровыми ресурсами в гостинице

2. **РАЗДЕЛ 2. Основы управления человеческими ресурсами и кадровое планирование в гостинице**

Тема 2.1. Планирование работы с персоналом в гостинице

Тема 2.2 Планирование системы подбора персонала в гостинице

3. Цели занятия.

Изучение основ управления человеческими ресурсами в гостинице.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методология управления персоналом организации. Основы кадрового планирования в организации.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Оперативный план работы с персоналом. Философия управления персоналом. Концепции управления персоналом.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия – **Основы управления человеческими ресурсами и кадровое планирование в гостинице**

Тема практического занятия: Планирование работы с персоналом в гостинице

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Виды кадровой политики.
2. Государственная кадровая политика и кадровая политика организации.
3. Кадровое, делопроизводственное, информационное, техническое, нормативно-методическое и правовое обеспечение системы управления персоналом.
4. Контроль за реализацией кадровой политики.
5. Место кадрового планирования в системе управления персоналом.
6. Методология науки “управление персоналом”.

7. Методы построения системы управления персоналом.
8. Необходимость разработки и осуществления кадровой политики, ее составные элементы: организационно-штатная политика, информационная политика, финансовая политика, политика развития персонала.
9. Объект и предмет управления.
10. Организационная структура системы управления персоналом.
11. Организующая схема персонала.
12. Основы планирования, создания и реализации проектов в области управления персоналом.
13. Современная концепция управления персоналом.
14. Создание и реализация проектов в области управления персоналом.
15. Стили управления персоналом.
16. Сущность и задачи, закономерности, цели и функции управления персоналом.
17. Сущность и этапы организационного проектирования системы управления персоналом
18. Сущность философии управления персоналом.
19. Цели и задачи кадрового планирования.
20. Цели, функции и оргструктура системы управления персоналом.
21. Анализ конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
22. Анализ настоящих и будущих потребностей в кадрах.
23. Анализ отклонений и разработка мероприятий по корректировке планов.
24. Анализ соответствия кадровой политики и стратегии организации, выявление проблем в кадровой работе, оценка кадрового потенциала.
25. Базовые принципы кадровой стратегии

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Методология управления персоналом организации.
2. Основы кадрового планирования в организации.
3. Оперативный план работы с персоналом.
4. Порядок разработки оперативного плана работы с персоналом.
5. Содержание оперативного плана работы с персоналом.
6. Определение потребности и планирование привлечения персонала.
7. Планирование использования и безопасности персонала.
8. Планирование развития персонала.
9. Планирование высвобождения персонала.
10. Планирование расходов на персонал.
11. Система трудовых показателей.
12. Нормирование труда и расчет численности персонала.
13. Анализ показателей по труду.
14. Планирование производительности труда.

1. **РАЗДЕЛ 3. Основы деловой оценки и адаптации персонала в гостинице**

Тема 3.1 Оценка персонала гостиницы

Тема 3.2 Адаптация персонала в гостинице

3. Цели занятия.

Изучение основ деловой оценки и адаптации персонала в гостинице.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Роль оценки персонала в управлении. Методы оценки персонала.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Профориентация, адаптация и высвобождение персонала. Формирование системы оценки персонала в управлении**.**	Опрос, оценка знаний студентов

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Основные направления оценки персонала.
2. Цели оценки персонала.
3. Задачи оценки персонала.
4. Этапы деловой оценки.
5. Традиционная классификация методов оценки персонала.
6. Сравнительная характеристика различных методов оценки персонала.
7. Система показателей деловой оценки персонала.
8. Личная эффективность сотрудника.
9. Параметры, влияющие на личную эффективность.
10. Российская специфика 360 градусов.
11. Принципы формирования системы оценки личной эффективности работников.
12. Особенности применения методики Ассессмент центр.
13. Основные направления адаптации.
14. Элементы управления системой адаптации, а также возможные пути решения проблем по каждому элементу.
15. Этапы процесса адаптации
16. Элементы комплексного исследования адаптации персонала в организации.
17. Понятие и методы профориентации
18. Основные преимущества применения услуги аутплейсмента.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Цели оценки персонала организации.
2. Построение системы оценки персонала.
3. Стратегия проведения оценки персонала.
4. Методы оценки персонала и должности.
5. Выбор методов оценки.
6. Определение показателей и критериев оценки.
7. Эволюция метода 3600 в технологию оценки «Пять+».
8. Процедура и порядок проведения оценки личной эффективности работников.
9. Особенности применения методики
10. Ассессмент центр.
11. Внедрение системы грейдов должностей.
12. Профориентация, адаптация и высвобождение персонала.
13. Сущность и направления адаптации сотрудников организации.
14. Этапы и виды адаптации сотрудников организации.
15. Наставничество и коучинг как инструменты адаптации персонала.
16. Аутплейсмент - цивилизованное высвобождение персонала.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Основы управления материальными ресурсами в гостинице

Тема 1.1. Виды материальных ресурсов

Тема 1.2 Особенности управления материальными ресурсами в гостинице

РАЗДЕЛ 2. Основы управления человеческими ресурсами и кадровое планирование в гостинице

Тема 2.1. Планирование работы с персоналом в гостинице

Тема 2.2 Планирование системы подбора персонала в гостинице

РАЗДЕЛ 3. Основы деловой оценки и адаптации персонала в гостинице

Тема 3.1 Оценка персонала гостиницы

Критерии оценки качества работы службы приема и размещения в гостинице:

– доступность;
– степень доверия;
– взаимодействие с гостем и понимание его проблем;
– надежность;
– наличие безопасности;
– компетентный персонал;
– коммуникации;
– скорость реакции сотрудников;
– вежливость обслуживающего персонала;
– осязаемые характеристики.

Тема 3.2 Адаптация персонала в гостинице

Этапы адаптации и основные мероприятия программы адаптации сотрудника

Этап	Основные мероприятия программы адаптации
0. Подготовительный (до выхода сотрудника на работу)	• Беседа руководителя подразделения с сотрудниками отдела о приходе новичка; • Подготовка рабочего места.
1. Введение в организацию (1-2 дня)	• Ознакомительная беседа с менеджером по персоналу; • Экскурсия по подразделениям компании; • Размещение информации о новом сотруднике (на внутреннем сайте компании, стенде);
2. Введение в подразделение (1-2 недели)	• Знакомство с технологиями и процедурами работы; • Обсуждение должностной инструкции сотрудника; • Назначение наставника.
3. Введение в должность (2-3 месяца)	• Проведение плановых встреч с руководителем; • Составление плана работы на испытательный срок; • Дополнительное обучение внутри компании.
4. Поддерживающий этап (3-6 месяцев)	• Разработка мероприятий на основе личного плана профессионального и служебного развития сотрудника.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	
Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания	Качество как социально-экономическая категория и объект управления. Значение повышения качества на макроуровне. Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством. Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.
Тема 1.2. Этапы развития системы управления качеством	Концепция пост индустриальной экономики. Этапы эволюции управления качеством. Различные подходы к содержанию понятия «качество». Основные понятия и определения в области качества. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления. Особенности гостиничных предприятий как объектов управления.
РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	
Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные	Понятие стандарта. Роль стандартов в деятельности предприятий. Понятие стандартизации. Виды стандартов (классификация). Росстандарт: функции и задачи; история деятельности. Система мировых стандартов. Система

	национальных стандартов в РФ. Отраслевые стандарты: обзор в мире и РФ. Региональные стандарты: цели и задачи. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации. Локальные стандарты гостиничных предприятий.
Тема 2.2. Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии	Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации. ФРИО: история создания; функции и задачи. Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания. Сетевые предприятия общественного питания в аспекте качества. Транснациональные компании и их роль в развитии стандартизации. Международные стандарты в индустрии гостеприимства. Профессиональные стандарты в гостиницах. Стандарты гостиничных сетей.
РАЗДЕЛ 3. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	
Тема 3.1. Основные понятия *менеджмент качества*: функции, методы управления	Менеджмент качества, функции менеджмента качества, подходы к управлению качеством гостиничного предприятия; модель управления качеством обслуживания в гостинице.
Тема 3.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях	Качество услуг гостиничного предприятия как соответствие стандартам, требованиям рынка и потребностям потребителей услуг, подходы к управлению качеством гостиничного предприятия
РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	
Тема 4.1.Менеджмент ресурсов гостиничного предприятия	1.Мониторинг, измерение, анализ и улучшение качества гостиничных услуг 2.Проблемы качества обслуживания в гостиничном бизнесе 3.Влияние качества услуг на деятельность сервисных предприятий 4.Основные критерии оценки потребителями качества услуг

Тема 4.2. Управленческая деятельность руководства в области обеспечения качества	1. Эмоциональное восприятие качества услуг 2.Защита прав потребителей: реалии и государственные требования 3.Требования к СМК в гостиничном предприятии 4.Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии 5.Особенности внедрения СМК в гостиничном предприятии 6.Требования к СМК в гостиничном предприятии

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Методологические основы управления качеством на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
2. Дать определение индустрии туризма и гостеприимства.
3. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
4. Какие факторы внешней и внутренней среды гостиничных предприятий Вы знаете?

Тема 1.2.Этапы развития системы управления качеством

Вопросы для самоподготовки:

1. Почему в гостиничной деятельности качество определяет коммерческий успех предприятия?
2. Какие аспекты качества Вам известны?
3. Назовите и охарактеризуйте 5 основных этапов развития систем управления качеством.

РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 2.1.Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое техническое регулирование?
2. Какие международные стандарты индустрии туризма и гостеприимства Вам известны?
3. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?

Тема 2.2.Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии

Вопросы для самоподготовки:

1. Региональные стандарты: цели и задачи.
2. Транснациональные компании и их роль в развитии стандартизации.
3. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации.

4. Профессиональные стандарты в гостиницах.

РАЗДЕЛ 3. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.1. Основные понятия *менеджмент качества*: функции, методы управления

Вопросы для самоподготовки:

1.Функции управления на гостиничном предприятии
2. .Обеспечение качества гостиничных услуг
3. .Документационное и информационное обеспечение работ по качеству в гостиничном предприятии
4.Стратегическое, тактическое и операционное планирование

Тема 3.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях

Вопросы для самоподготовки:

1.Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
2. Невидимые функциональные службы и системы гостиничного предприятия
3. Средства анализа и измерения
4. Влияние конфессиональной, гендерной и национальной принадлежности на восприятие и оценку качества гостиничных услуг

РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 4.1.Менеджмент ресурсов гостиничного предприятия

Вопросы для самоподготовки:

1.Особенности внедрения СМК в гостиничном предприятии
2.Суть Тотального управления качеством (TQM).
3.Модель всеобщего управления качеством.

Тема 4.2.Управленческая деятельность руководства в области обеспечения качества

Вопросы для самоподготовки:

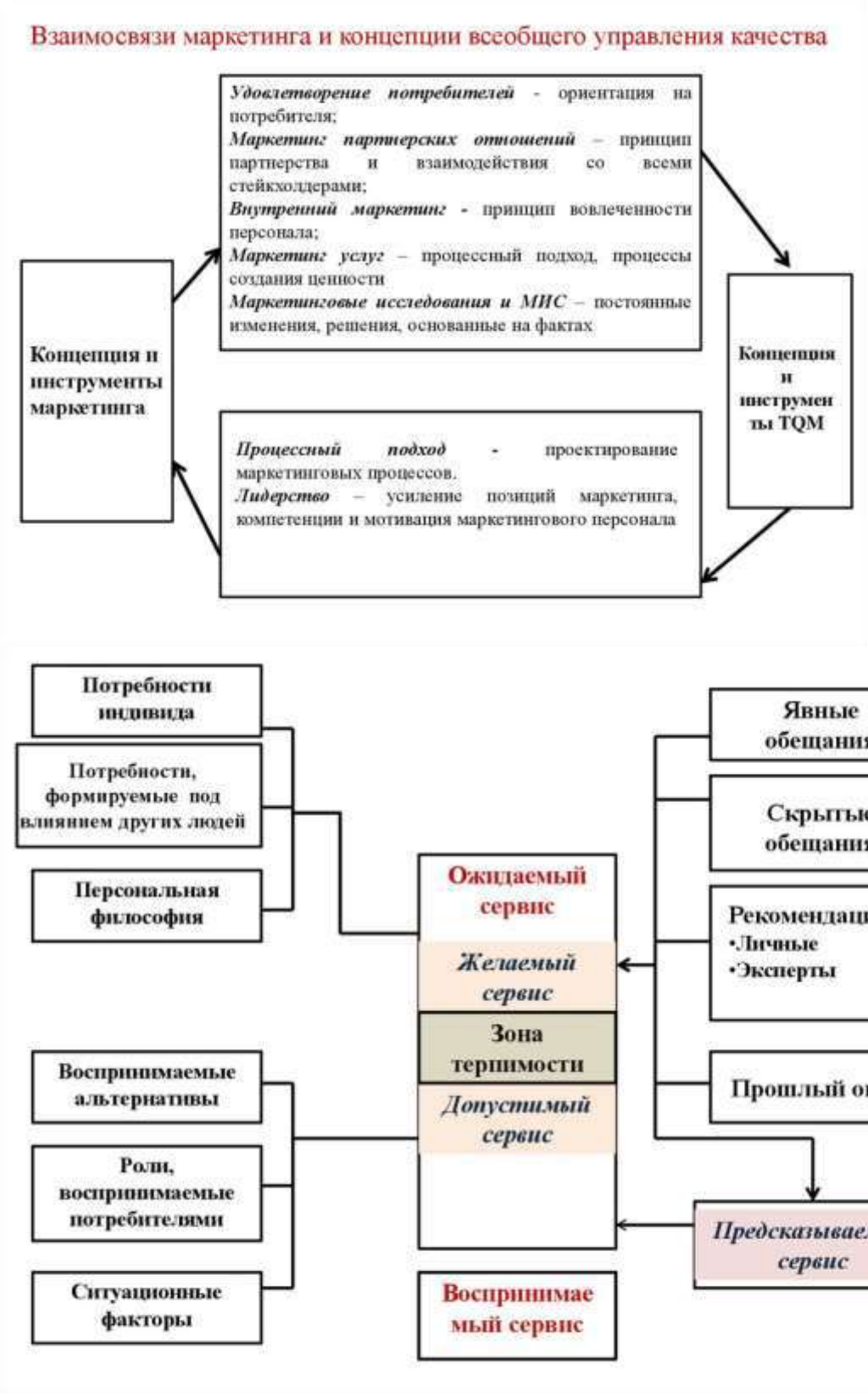
1. Планирование обеспечения качества.
2. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
3. Качественные методы оценки гостиничных услуг

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания

Источник :https://ppt-online.org/478814



Источник : https://ppt-online.org/478814

Тема 1.2.Этапы развития системы управления качеством

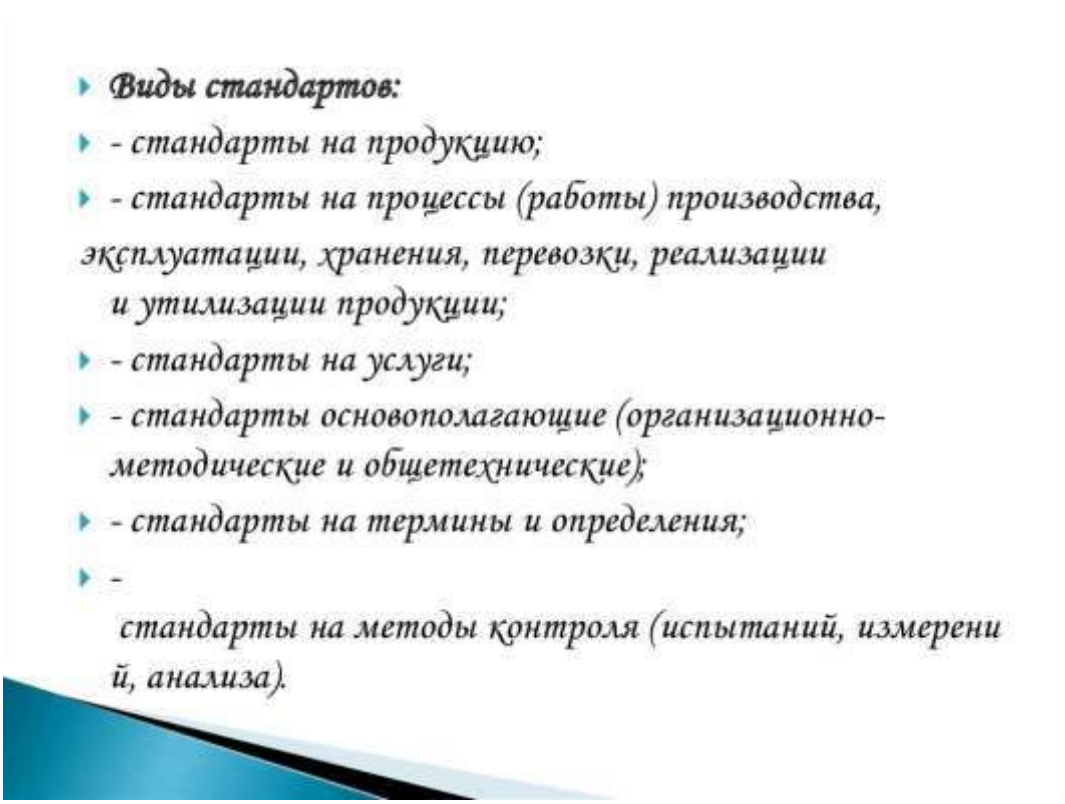
Источник: https://present5.com/presentation/f2551bac4b0844326d5e06ba146e7279/image-2.jpg

Источник : https://lfirmal.com/etapy-razvitiya-upravleniya-kachestvom/

РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные

Источник: https://ppt-online.org/199091



Источник: https://ppt-online.org/199091

Источник : http://www.myshared.ru/slide/18664/

Тема 2.2.Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии

Источник : http://www.myshared.ru/slide/935839

Технология описания стандартов

Зона 1: идеальные требования к работе сотрудников, совпадающие с ожиданиями владельцев (руководства) и клиентов.
Зона 2: интересы ваших подчиненных совпадают с интересами клиента, но расходятся с интересами собственника.
Зона 3: интерес клиента и владельца входит в противоречие с возможностями обслуживающего персонала.
Зона 4: интересы сотрудника и владельца не совпадают с интересами клиента.

MyShared

Источник : http://www.myshared.ru/slide/935839

Поведенческий стандарт, предписывающий действия персонала в конкретных ситуациях

Вид деятельности	Персонал	Форма выполнения	Возможные ошибки и упущения
По просьбе Клиента представить счет	Портье	Быстро, правильно, аккуратно и понятно составить счет, заполнив все поля	Счет не оформлен/оформлен неверно. Запись трудно разобрать. Долгое ожидание расчета.
Провести операции по расчету.	Кассир	Выяснить наличие дисконтной карты. Рассказать о дисконтной программе. Быстро провести операцию расчета с учетом всех скидок	Не выяснено наличие дисконтной карты. Не рассказано о дисконтной программе. Неверно произведены расчеты.
Выдача сдачи, чека, полный расчет		Озвучить полученную сумму и выдаваемую сдачу.	Отсутствие разменных купюр. Операция с деньгами не озвучена.

MyShared

Источник : http://www.myshared.ru/slide/935839

РАЗДЕЛ 3. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.1. Основные понятия менеджмент качества: функции, методы управления

Источник: https://ppt-online.org/106790

Источник: https://ppt-online.org/106790

Источник: https://ppt-online.org/106790

Тема 3.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/antonova.htm

Источник:http://www.russiatouribm.ru/

РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 4.1.Менеджмент ресурсов гостиничного предприятия

Источник: https://ppt-online.org/202597

Источник:https://ppt-online.org/551949

Тема 4.2. Управленческая деятельность руководства в области обеспечения качества

Источник: http://duckproxy.com/indexa.php?q=aHR0cDovL3d3dy5teXNoYXJlZC5ydS9zbGlkZS82NjY3OTgv

Источник: https://slide-share.ru/tema-19-upravlencheskie-resheniya-100371

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно

разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается

пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Раздел 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Качество как социально-экономическая категория и объект управления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2	Значение повышения качества на макроуровне.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Общеизвестно, что большинство российских клиентов, на разных стадиях своего жизненного цикла сталкивались с проблемами «плохого» обслуживания. Грамотное и своевременное решение реальных проблем, а также прогнозирование и упреждение новых, несомненно, позволит «подняться» самим компаниям, так и их обслуживающих персоналам.

Политические и экономические перемены, произошедшие в России на рубеже веков, потребовали внесения изменений в управление процессом обслуживания клиентов. В связи с этим, потребуется внесение изменений в управление предприятием, преобразование его организационной структуры, и в том числе создание подразделений, ответственных за установление и поддержание отношений с клиентами, а также занимающихся структурированием реализуемых услуг.

Это, в свою очередь, потребует проведения серьезной коррекции существующих стратегий обслуживания клиентов и пересмотра содержимого их услуг, в том числе и с учетом активизации их внутренней и внешней экономической деятельности.

Таким образом, в настоящее время становится как никогда актуальной разработка конкретных практических рекомендаций для предприятий по переходу к более эффективной схеме обслуживания клиентов.

Понятие качества услуги и обслуживания

Степень удовлетворения потребителя услугой зависит от качества обслуживания, исполнения и результата услуги.

Качество услуги — это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Качество услуги во многом зависит от качества обслуживания потребителей.

Качество обслуживания — это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

Услуги предоставляются потребителю на основании договора подряда (для материальных услуг) и договора оказания услуг (для социально-культурных услуг) между потребителем и исполнителем услуги. Качество услуг можно оценить по соблюдению условий договора (номенклатура выполняемых работ, сроки, требования к качеству работ).

Все предлагаемые услуги должны соответствовать ***нормативным требованиям.*** Исполнитель услуг обязан соблюдать установленные в государственных стандартах, технологических регламентах, санитарных, противопожарных правилах и других нормативных документах обязательные требования к качеству услуг, их безопасности для жизни, здоровья людей, окружающей среды и имущества.

Качество услуг определяется их потребительскими свойствами и является более сложной категорией, чем качество товаров, поскольку потребитель воспринимает не только результат услуги, но и в ряде случаев является участником ее оказания. Кроме того, большинство товаров являются типовыми и рассчитаны на стандартные условия потребления, услуги же оказываются индивидуально с учетом персональной ситуации потребителя.

Свойство услуги (обслуживания) — это объективная особенность услуги (обслуживания), которая проявляется при ее оказании и потреблении (осуществлении обслуживания).

Качество услуг и обслуживания характеризуется показателями качества.

Показатель качества услуги (обслуживания) — это количественная характеристика одного или нескольких свойств услуги (обслуживания), составляющих ее (его) качество.

Показатели качества услуг используются:

• при формировании номенклатур показателей качества в стандартах и технических регламентах для конкретных групп (видов) однородных услуг, процессов оказания услуг, сервисных предприятий, персонала и системы управления качеством;

• при разработке правил и рекомендаций по оценке соответствия услуг (процесса оказания услуги, сервисного предприятия и персонала), стандартов, инструкций (методики) по измерению (контролю, оценке) параметров и их метрологическому обеспечению;

• при разработке правил маркировки, упаковки, транспортирования и хранения результатов услуги;

• при разработке правил эксплуатации, ремонта, предъявления рекламаций на результаты услуги и (в части рекламаций) на процесс оказания услуги.

Кроме того, показатели качества используются при составлении номенклатуры показателей качества в контрактах (договорах).

Основной функцией показателей качества является обеспечение контроля качества услуг, обслуживания, работы

персонала предприятия и т. д. На основе показателей качества производится контроль и оценка качества.

Качество исполнения услуги зависит от профессионального мастерства исполнителя услуги.

Качество результата услуги зависит от материалов и сырья, используемых в производственном процессе, совершенства технологии оказания услуги, мастерства специалистов, обслуживающих потребителей, и профессионализма мастеров-технологов. Качество результата материальных услуг по ремонту и изготовлению изделий, услуг химчистки и крашения изделий можно оценить расчетными методами на основе показателей качества отремонтированных, окрашенных или изготовленных изделий. Качество результата исполнения других видов услуг количественно оценить затруднительно. Оценка может носить субъективный и недостоверный характер. Возможно проведение оценки экономической эффективности результата услуг.

Номенклатура показателей качества услуг состоит из нескольких групп показателей: *показателей назначения, безопасности, надежности, профессионального уровня персонала, социального назначения, эстетические показатели и показатели информативности*.

Источники : https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00014396_0.html

https://poisk-ru.ru/s33148t8.html

Вопросы к обсуждению:

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
4. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?

1. **УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

2. РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 1.2. Этапы развития системы управления качеством

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Концепция пост индустриальной экономики.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Этапы эволюции управления качеством. Различные подходы к содержанию понятия «качество».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные понятия и определения в области качества. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления. Особенности гостиничных предприятий как объектов управления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Характерные особенности постиндустриальной экономики

Постиндустриальная экономика характеризуется следующими явлениями в социально-экономической сфере:

- Растущее значение информации и знаний в экономике, которое сопровождается увеличением доли затрат на исследования, разработки и маркетинг в себестоимости продукции, а не на оплату материалов и оборудования;
- Увеличение доли высокотехнологичных отраслей в национальной экономике;
- Технологическое совершенствование и широкая автоматизация производства;
- Дематериализация производства выражается в повышении значимости нематериальной сферы производства;
- Увеличение удельного веса сектора услуг в экономике: транспорт и связь, финансовая и страховая деятельность, профессиональные и деловые услуги;
- Повышение роли человеческого потенциала, выражающееся во всей совокупности знаний или навыков, приобретенных человеком за время его образовательной и трудовой деятельности;
- Широкое распространение интеллектуальной, творческой составляющей труда, рост его технической сложности;
- Изменение структуры человеческих потребностей, повышение интереса к досугу и нематериальным благам;
- Снижение роли материальной мотивации труда: стремление человека к творческому и профессиональному развитию, участие в управлении производственными процессами.

В постиндустриальной экономике все большую роль играет производство информации, которое становится экономически более эффективным, чем материальное производство.

Перспективы развития постиндустриальной экономики России

Постиндустриальное общество предполагает доминирование сферы услуг и более характерно для стран, находящихся на вершине иерархии мировой экономики. Воспроизведение такой иерархии поддерживается экономической и политической властью ведущих стран, которую они используют для сохранения своего статуса. В настоящее время в России трудно говорить не только о постиндустриальном обществе, но и об успешном индустриальном обществе. Для превращения нашей страны в страну с постиндустриальной экономикой потребовалось бы кардинальное изменение мировой иерархии, перемещение отсталых стран на вершину цивилизации.

Экономическая история России как в 1990-е, так и в 2000-е годы свидетельствует скорее о снижении, чем о повышении ранга национальной экономики в мировой иерархии. Отраслевая структура характеризуется растущим удельным весом энергетического и сырьевого секторов, в то время как обрабатывающая промышленность и наукоемкие отрасли сокращаются. Тот факт, что в России нет тенденции к постиндустриальному обществу, не исключает существования нескольких постиндустриальных образований. Это, прежде всего, Москва и ее полупериферий, который является центром национальной экономики. Фактически, здесь прослеживаются особенности постиндустриального общества: востребованность профессий, связанных с менеджментом, инновациями, юриспруденцией, производством "интеллектуальных продуктов" и др.

Таким образом, российская экономика сегодня имеет в значительной степени индустриальные черты, но желание стать постиндустриальным обществом очевидно. Это связано с изменением структуры занятости, снижением доли сельского хозяйства и промышленности при одновременном росте сектора услуг. Будущее развитие экономики страны требует от государства создания условий, способствующих повышению человеческого мастерства. Это требует повышения эффективности систем здравоохранения, образования, пенсионного обеспечения и социальной помощи, а также принятия мер по снижению общего уровня бедности.

Нашу экономику можно охарактеризовать как все более зависимую от инновационных технологий, что, в свою очередь, требует большей поддержки науки. Роль научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в экономическом развитии возрастает. Активное развитие страхового рынка является неотъемлемым элементом любой

постиндустриальной экономики, поскольку гарантирует предпринимателям защиту от основных бизнес-рисков.

Таким образом, в современном мире с возрастающим значением информации постиндустриальная экономика является незаменимым этапом развития любой экономики и российской экономики в частности.

Основные черты постиндустриальной экономики

Основные черты постиндустриальной экономики:

1. Масштабы и темпы научно-технического прогресса превышают динамику изменения материальной базы производства и качества трудовых ресурсов.
2. Растет доля транзакционных издержек, связанных не с производством как таковым (затраты на сырье, материалы, заработную плату, транспорт и т.д.), а с затратами на информационный поиск, исследование рынка, заключение договоров и контроль за их исполнением, защиту прав собственности и многие другие составляющие. Для американских компаний транзакционные издержки составляют более половины общей стоимости производства и продажи товаров и услуг. Часто бывает так, что производить товары дешевле и проще, чем их продавать. Это связано с растущими требованиями к эффективности управления информацией, маркетинговых исследований, рекламы и связей с общественностью.
3. Значительный рост роли менеджмента в управлении интеллектуальными ресурсами. Цена" стратегической ошибки в интеллектуальных ресурсах настолько высока, что может привести к самым печальным последствиям для компании, которая ее совершила. Для постиндустриальной экономики значение управленческих знаний, управленческих интеллектуальных ресурсов не менее важно, чем опыт непосредственных производителей.
4. Постоянное обновление знаний и жесткая конкуренция заставляют людей постоянно учиться.

Пять элементов звезды качества, в которых происходили изменения: 1) изменения в системе мотивации, 2) в системе обучения персонала, 3) во взаимоотношениях с поставщиками, 4) потребителями, 5) документировании системы качества.

Первый этап, 1905 (Качество продукта как соответствие стандартам) соответствует начальным задачам системного подхода к управлению, когда появилась первая система — *система Тейлора (1905 г)*. Организационно она предполагала установление технических и производственных норм специалистами и инженерами, а рабочие лишь обязаны их выполнять. Эта система устанавливала требования к качеству изделий (деталей) в виде полей допусков и вводила определенные шаблоны, настроенные на верхнюю и нижнюю границы допусков — проходные и непроходные калибры. Для обеспечения успешного функционирования системы Тейлора были введены первые профессионалы в области качества — инспекторы (в России — технические контролеры). Система мотивации предусматривала штрафы за дефекты и брак, а также увольнение. Система обучения сводилась к профессиональному обучению и обучению работать с измерительным и контрольным оборудованием.

Взаимоотношения с поставщиками и потребителями строились на основе требований, установленных в технических условиях (ТУ), выполнение которых проверялось при приемочном контроле (входном и выходном).

Отмеченные выше особенности системы Тейлора делали ее системой управления качеством каждого отдельно взятого изделия (детали).

Второй, 1924 (Качество продукции как соответствие стандартам и стабильность процессов), *Э.Дэминг, Дж.Джуран.* Системы качества усложнились, т. к. в них были включены службы, использующие статистические методы. Появилась специальность — инженер по качеству, который должен анализировать качество и причины дефектов изделий, строить контрольные карты и т. п. В целом *акцент с инспекции и выявления дефектов был перенесен на их предупреждение* путем определения причин дефектов и их устранения на основе изучения процессов и управления ими.

Более сложной стала мотивация труда, т.к. теперь учитывалась точность настроенности процесса, анализ тех или иных контрольных карт, карт регулирования и контроля. К профессиональному обучению добавилось обучение статистическим методам анализа, регулирования и контроля. Стали более сложными и отношения поставщик — потребитель. В них большую роль начали играть стандартные таблицы и статистический приемочный контроль.

Третий, 1951 (Качество продукции, процессов, деятельности как соответствие рыночным требованиям). Выдвинута *концепция тотального (всеобщего) контроля качества – TQC (Total Quality Control, А.Фейгенбаум).* Прогнозированное устранение потенциальных несоответствий в продукции на стадии конструкторской разработки, проверка качества поставляемой продукции, комплектующих и материалов, а также управление производством, развитие службы сервисного обслуживания и надзор за соблюдением соответствия заданным требованиям к качеству. Фейгенбаум призвал обратить внимание на вопросы изучения причин несоответствий и первым указал на значение системы учета затрат на качество.

В Японии идеи TQC были встречены с восторгом и получили дальнейшее развитие в работах профессора К. Исикавы, который рассматривал качество как задачу менеджмента; требовал участия всех сотрудников в мероприятиях по его улучшению и ввел термин «отношения потребитель – поставщик». В отличие от американских концепций, он говорил об «управлении качеством в масштабе компании» («Company Wide Quality Control»). Филип Б. Кросби (Германия) является одним из известнейших приверженцев всеобщей концепции качества. В начале 60-х гг. XX в. он подробно изложил свою программу «ноль дефектов».

В этот период было рождено много отечественных систем. Среди них: Саратовская система бездефектного изготовления продукции (БИП); Ярославская научная организация работ по увеличению моторесурса (НОРМ), созданная в Ярославском объединении «Автодизель»; Рыбинская научная организация труда, производства и управления (НОТПУ), разработанная на Рыбинском моторостроительном заводе; Горьковская система «качество, надежность, ресурс с первых изделий» (КАНАРСПИ).

Четвертый, 1980 (Качество как удовлетворение потребностей и требований потребителей и персонала). Переход от тотального контроля качеством (TQC) к тотальному менеджменту качества (TQM). В это время появилась серия новых международных стандартов на системы качества -—стандарты ИСО 9000 (1987г.), оказавшие весьма существенное влияние на менеджмент и обеспечение качества. Если TQC — это управление качеством с целью выполнения установленных требований, то TQM — еще и управление целями и самими требованиями. В TQM включается также и обеспечение качества, которое трактуется как система мер, вызывающая у потребителя уверенность в качестве продукции.

Пятый, 1990 (Качество как удовлетворение потребностей и требований общества, потребителей, владельцев и персонала). усилилось влияние общества на предприятия, а предприятия стали все больше учитывать интересы общества. Это привело к появлению стандартов серии ИСО 14000, устанавливающих требования к системам менеджмента с точки

зрения защиты окружающей среды и безопасности продукции. Существенно возросло влияние гуманистической составляющей качества, усиливается внимание руководителей предприятий к удовлетворению потребностей своего персонала.

Термин «качество» в большинстве стран происходит от латинского термина *qualitas*, что в переводе на русский язык означает – качество, свойство, достоинство.

Качество относится к разряду таких понятий, о которых все неоднократно слышали и имеют свое представление. Вместе с тем это представление лишь подчеркивает слишком субъективную трактовку содержания термина, в который каждый вкладывает что-то свое, полученное на личном опыте.

Качество часто ассоциируется с роскошью, услугами класса «люкс». Это заключение весьма спорно, поскольку можно получить качественные услуги за умеренную цену и не получить их за большие деньги (качество услуги – это не только ее содержание, но и форма представления).

Таким образом, качество – это в первую очередь чувство удовлетворения клиента от обслуживания, а качественная услуга – это услуга, отвечающая потребностям гостя. Уровень качества, в свою очередь, зависит от степени совпадения представлений клиента о реальном и желаемом обслуживании в гостинице или ресторане.

По словам А. Фейгенбаума, «*качество – это не евангелизм, не предложение и не лозунг, это образ жизни*».

В философском определении Гегеля термин «качество» означает: «*Качество есть вообще тождественная с бытием непосредственная определенность…»; «Нечто есть благодаря своему качеству то, что оно есть и, теряя свое качество, оно перестает быть тем, что оно есть…*». Ниже рассмотрим другие подходы к толкованию качества.

Есть разные подходы к толкованию качества.

Во-первых, качество понимается как *свойства и характерные особенности товара (услуги)*, которые вызывают удовлетворение потребителя, и как *отсутствие недостатков*, усиливающее чувство удовлетворения у клиента.

Первый тип качества – *особенности и свойства продукта (услуги)* увеличивает издержки. Потребители должны быть согласны оплатить повышенные затраты на дополнительные особенности и свойства товара (услуги), либо эти особенности должны делать потребителей более лояльными и расположенными к его приобретению. Например, гостиничные номера на этажах с консьержем имеют больше свойств и особенностей, чем стандартные комнаты, и требуют более высокой цены.

Во-вторых качество может рассматриваться как техническое и функциональное качество.

Техническое качество – это то, с чем остался клиент после взаимодействия со служащими. Например, техническое качество – это номер в гостинице, блюдо в ресторане, приятное освещение, интерьер и т.д.

Функциональное качество – это процесс предоставления услуги. Например, клиент резервирует номер, получает приветствие от швейцара у двери, производит регистрацию на службе при-

ема, сопровождается в номер и т.д. Опыт заезда в гостиницу – пример функционального качества.

Однако, необходимо иметь в виду, что функциональное качество может улучшить впечатление от комнаты, которая не вполне оправдывает ожидания клиента. Однако если функциональное качество плохое, то даже прекрасная комната в гостинице не сможет изменить возникшие у гостя чувства разочарования и досады.

Четвертый тип качества – *общественное качество (этическое)*. Это качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой, и часто его невозможно оценить и после приобретения товара или услуги.

Источники : https://studfile.net/preview/9292173/
https://studopedia.ru/2_130234_triada-kachestva--planirovanie-kontrol-i-povishenie-kachestva-vse-meropriyatiya-dolzhni-planirovatsya-chtobi-sozdat-vozmozhnost-kontrolya-za-ih-vipolneniem.html
https://www.evkova.org/postindustrialnaya-ekonomika-ee-osobennosti-i-perspektivyi-razvitiya-osnovnyie-chertyi-i-ponyatiya#Основные%20черты%20постиндустриальной%20экономики

Вопросы к обсуждению:

1. Какие аспекты качества Вам известны?
2. Назовите ученых в области качества и дайте краткую характеристику основным их трудам.
3. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности
4. Почему в гостиничной деятельности качество определяет коммерческий успех предприятия?

1. **УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

2.РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие стандарта.	Информационная лекция

		Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Роль стандартов в деятельности предприятий. Понятие стандартизации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Виды стандартов (классификация).	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Стандарт - документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов проектирования, производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг. Стандарт также может содержать требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикетированию, правила и методы исследований (испытаний) и измерений, правила отбора образцов.

В зависимости от сферы распространения и области применения стандарты делятся на категории, а от объекта стандартизации - на виды (рис. 1).

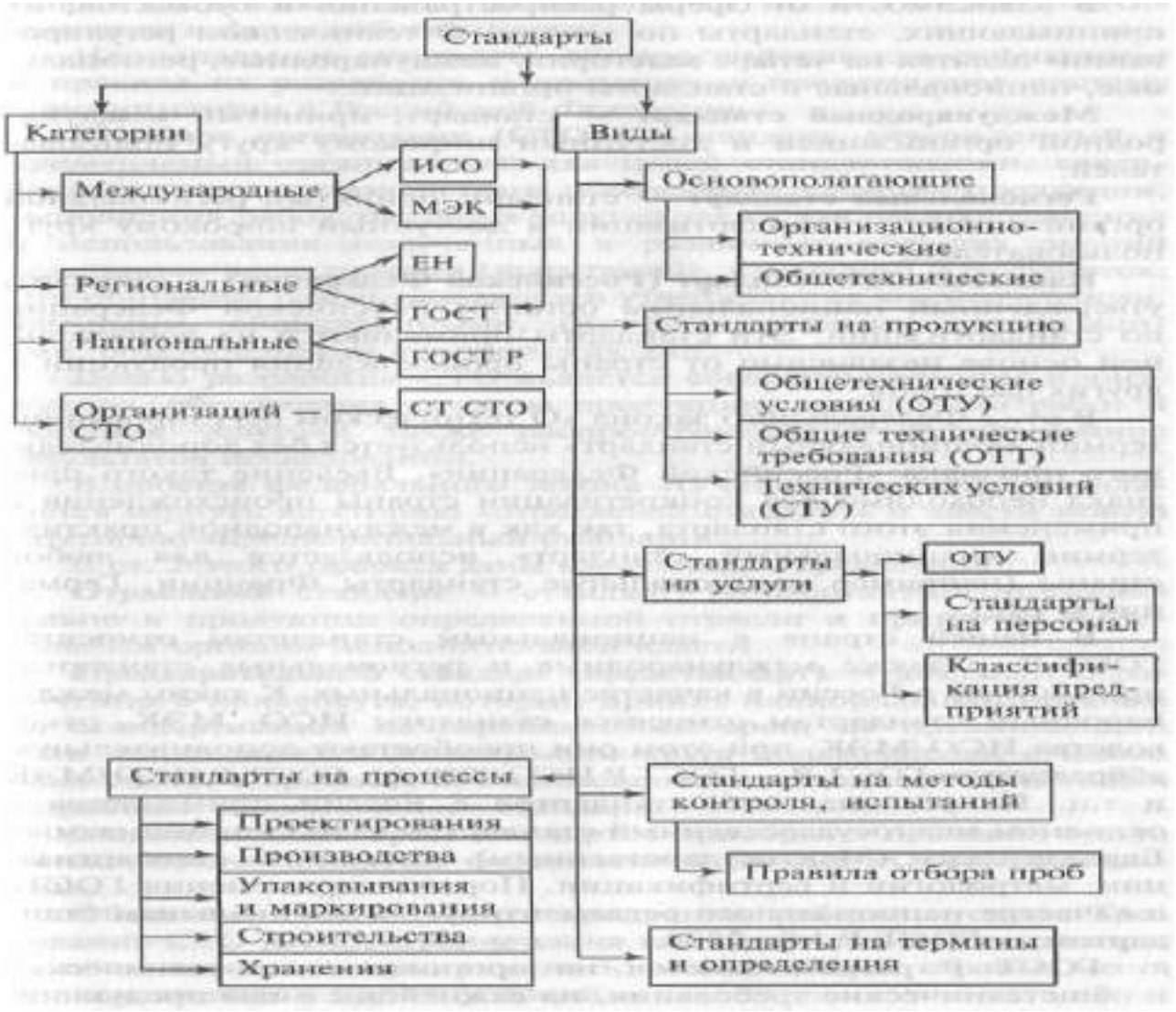


Рисунок 1 - Классификация стандартов на категории и виды

В зависимости от сферы распространения и субъектов, их принимающих, стандарты по закону делятся на 4 категории: международные, региональные, национальные и стандарты организаций.

Стандартизация, метрология и оценка соответствия (сертификация) являются инструментами обеспечения безопасности и качества продукции, работ и услуг. Техническое законодательство, стандартизация и оценка соответствия определяют уровень безопасности и качества продукции и, следовательно, являются важнейшими инструментами конкурентоспособности продукции.

Сегодня стандартизация является частью современной предпринимательской стратегии. Ее влияние и задачи охватывают все сферы общественной жизни. Так, стандарты на процессы и документы (управленческие, товаросопроводительные, технические) содержат те «правила игры», которые должны знать и выполнять специалисты промышленности и торговли для заключения взаимовыгодных сделок, а приемы технического регулирования являются инструментами обеспечения не только безопасности, конкурентоспособности, но и эффективного

партнерства изготовителя, заказчика и продавца на всех уровнях управления. Изначально стандарты тесно связаны с торговлей. Свободное перемещение товаров и услуг по всему миру без торговых барьеров – конечно же горячее желание каждого производителя и поставщика. Однако без некоего технического регулирования, учитывающего интересы всех участников рыночных отношений, неизбежны трудности совместимости продуктов, процессов, отсутствие гарантий ответственности.

Стандартизация – это научно-техническая деятельность, направленная на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области посредством установления требований для всеобщего и многократного применения в отношении реально существующих или потенциальных задач.

Стандартизация решает поставленные перед ней задачи путем разработки, внедрения стандартов и других нормативных документов по стандартизации и проведения государственного надзора за ними.

Стандартизация – нормативный способ управления. Ее воздействие на объект осуществляется путем установления норм и правил, оформленных в виде нормативных документов, имеющих юридическую силу.

1) Международный стандарт - стандарт, принятый международной организацией и доступный широкому кругу пользователей.

2) Региональный стандарт - стандарт, принятый региональной организацией по стандартизации и доступный широкому кругу пользователей.

3) Национальный стандарт (РФ) - стандарт, утвержденный национальным органом РФ по стандартизации. Эти стандарты применяются на добровольной основе независимо от страны происхождения продукции и других факторов.

4) Стандарт организации (СТО) - стандарт, утвержденный и применяемый организацией для целей стандартизации, совершенствования производства и обеспечения качества продукции, выполнения работ, оказания услуг, а также для распространения и использования полученных в различных областях знаний результатов исследований (испытаний), измерений и разработок. Эти стандарты разрабатываются и утверждаются коммерческими, научными, общественными, саморегулируемыми организациями, объединениями юридических лиц.

Источники: https://studfile.net/preview/9218167/page:10/
https://studfile.net/preview/8694459/

Вопросы к обсуждению:

1. Какую роль играет стандартизация в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?
3. Что такое техническое регулирование?
4. Приведите примеры локальных стандартов

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема2.2. Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	ФРИО: история создания; функции и задачи.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи
3	Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Существует несколько видов гостиничных объединений, главными и наиболее распространенными из которых - альянсы, консорциумы, цепи. рассмотрим их подробнее.

Важное значение в развитии индустрии гостеприимства имеют гостиничные цепи. Они позволяют продвигать на мировой туристский рынок высокие стандарты обслуживания, а также способствуют поддержке гостиничного обслуживания туристов. Гостиничные цепи способствуют распространению и значительному повышению уровня организации производства и обслуживания туристов, созданию определенного образа гостиничного обслуживания, встретив который в другой стране, турист чувствует себя почти как дома, в знакомой и комфортной обстановке.

Первая модель -- модель Ритца, связана с именем швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца.

Основная ставка в этих гостиницах делалась на европейские традиции изысканности и аристократизма. В настоящее время эта модель переживает кризис.

Вторая модель связана с именем американского предпринимателя Кеманси Уильсона (гостиничная цепь «Холлидей инн»). Модель отличается большей гибкостью в удовлетворении потребностей клиента в сочетании с поддержанием достаточно высоких стандартов обслуживания.

Третья модель -- «независимые» гостиничные цепочки - ассоциации (например, «Best Western»). В этом случае под единой торговой маркой объединяют гостиницы по каким-либо однородным признакам, выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимо от страны расположения

ФРиО

Федерация Рестораторов и Отельеров России создана ведущими рестораторами и отельерами России с целью развития индустрии питания и гостеприимства и объединения предприятий этой отрасли.

Объединяет более 1000 предприятий индустрии питания и гостеприимства России, расположенных во всех субъектах РФ: это рестораны высокой кухни и предприятия быстрого обслуживания, клубы и развлекательные центры, городские отели и загородные гостиничные комплексы.

Целями и задачами ФРиО являются: организация работы ФРиО в интересах процветания бизнеса своих членов; формирование идеологии развития индустрии питания и гостеприимства России; представление и защита интересов индустрии питания и гостеприимства во властных и государственных структурах; формирование и реализация политики в области образования, подготовки, повышения квалификации и сертификации профессиональных кадров; участие в создании цивилизованной отраслевой инфраструктуры.

ФРиО является соучредителем ежегодной Национальной премии «Гостеприимство» и соорганизатором Международного Кремлевского кулинарного кубка.
Стандартизация создает организационно-техническую основу изготовления высококачественной продукции, специализации и кооперирования производства, придает ему свойства самоорганизации.

Стандарт - это образец, эталон, модель принимаемые за исходные для сопоставления с ними других подобных объектов. Как нормативно-технический документ стандарт устанавливает комплекс норм, правил, требований к объекту стандартизации и утверждается компетентным органам.

Стандарт разрабатывается на материальные предметы (продукцию, эталоны, образцы веществ), нормы, правила и требования различного характера.

В России установлены следующие категории нормативно-технической документации, определяющей требования к объектам стандартизации:

· государственные стандарты (ГОСТ);

· отраслевые стандарты (ОСТ);

· республиканские стандарты (РСТ);

· стандарты предприятий (СТП);

· стандарты общественных объединений (СТО);

· технические условия (ТУ);

· международные стандарты (ИСО/МЭК)

· региональные стандарты;

· межгосударственные стандарты;

· национальные стандарты.

Источники: https://revolution.allbest.ru/manufacture/00837949_0.html
https://studfile.net/preview/4171289/page:39/
https://studbooks.net/520025/turizm/gostinichnye_obedineniya_vidy_usloviya_organizatsii

Вопросы к обсуждению:

1. Региональные стандарты: цели и задачи.
2. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации.
3. Локальные стандарты гостиничных предприятий.
4. Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации. ФРИО: история создания; функции и задачи.

Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания.

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. **РАЗДЕЛ 3. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Тема3.1. Основные понятия *менеджмент качества*: функции, методы управления

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	менеджмент качества, функции менеджмента качества, подходы к управлению качеством гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи
2	модель управления качеством обслуживания в гостинице	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Управление качеством услуг в гостиничной сфере — одна из составляющих механизма управления, способ организации деятельности гостиничного предприятия. На современном конкурентном рынке гостиничных услуг сервис и высокий уровень качества обслуживания постояльцев являются инструментом конкурентного преимущества.

В современном мире существует много трактовок понятия качества разных ученых, таких как Деминг, Джуран, Фейгенбаум, Исикава, Кросби, Тагути и многих иных. Обобщая их взгляды, а также мнения специалистов гостиничной индустрии можно сказать, что качество (quality) в гостиничном бизнесе — степень соответствия совокупности присущих характеристик гостиничных услуг требованиям постояльцев.

В сфере гостиничного бизнеса качество можно дифференцировать на три основных вида:

- 1. Техническое качество — это качество потенциала гостиницы и состоит из критериев, относящихся к производственному состоянию предприятия. В отношении гостиничных услуг это качество гостиничных номеров, блюд в ресторане, предлагаемых в аренду автомобилей, коммуникационной техники и т.д. Потребитель имеет возможность частично оценить техническое качество гостиничной услуги до ее приобретения.
- 2. Функциональное качество — это качество процесса предоставления гостиничных услуг, когда происходит непосредственное взаимодействие с персоналом гостиницы (например, бронирование гостиничного номера, сопровождение бел-боем в номер, доставка багажа, предоставление различных сопутствующих и дополнительных гостиничных услуг и т.д.). Важно отметить, что высокое функциональное качество может в значительной степени улучшить впечатление от гостиничного номера, который не вполне оправдал ожидания клиента. Однако если функциональное качество плохое, то даже прекрасный номер в гостинице не может исправить возникшее чувство неудовлетворенности.
- 3. Социальное качество — это качество культуры, которое формируется поведением и позицией сотрудников по отношению к гостям и не может быть оценено потребителем перед покупкой. Важнейшими критериями социального качества являются дружелю-

бие, отзывчивость и любезность персонала. Так, например, во многих зарубежных гостиницах, уделяющих большое внимание вопросам качественного обслуживания, за критерий качества принимают предъявленные жалобы. По свидетельству специалистов, в этих гостиницах в более чем 70% случаев клиенты жалуются на качество процесса и культуры.

Успешное руководство гостиницей и ее функционирование обеспечиваются путем ее систематического и прозрачного управления. Успех может быть достигнут в результате внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества, разработанной для постоянного улучшения деятельности с учетом потребностей всех заинтересованных сторон.

Система менеджмента качества (quality management system) — это система менеджмента для руководства и управления гостиницей применительно к качеству, которая невозможна без разработки политики в области качества, под которой понимаются общие намерения и направление деятельности гостиницы в области качества, официально сформулированные высшим руководством.

Системы менеджмента качества могут содействовать гостиницам в повышении удовлетворенности потребителей гостиничных услуг.

Потребителям необходимы гостиничные услуги, характеристики которых удовлетворяют их потребностям и ожиданиям. Эти потребности и ожидания, как правило, отражаются в спецификации гостиничных услуг и обычно считаются требованиями потребителей. Требования могут быть установлены потребителем в контракте или определены самой гостиницей. В любом случае приемлемость гостиничной услуги, в конечном счете, устанавливает постоялец.

Рис. 20. **Система менеджмента качества гостиницы**

Модель управления качеством обслуживания в гостинице

Для наглядного представления общего принципа обеспечения качества может быть использована изображенная на рис. 4.3 «петля качества».

Смысл представленной «петли качества» заключается в следующем: материальная база гостиничного предприятия и персонал определяют основные условия производства и служат «базой качества». Если гостиница имеет хорошую материальную базу и квалифицированный персонал, если на предприятии создана обстановка действительной заинтересованности работников в результатах своего труда, это означает, что имеется благоприятная основа для выпуска продукции высокого качества (база качества).

Положительное влияние такой базы изображено в виде вектора качества. И если на предприятии будет четко организовано управление качеством, тогда под воздействием вектора качества петля качества превращается в восходящую спираль и качество продукции повышается до требуемого уровня после каждого цикла управления.

Если же на предприятии нет необходимой материальной базы или работники не заинтересованы в высоком качестве своего труда, это означает, что нет той основы, которая требуется для создания высококачественной продукции. При этом вектор качества будет равен нулю, и восходящая спираль превратится в плоскую петлю, т. е. работа по управлению качеством будет проходить вхолостую, без повышения качества продукции.

В дополнение к сказанному небезынтересно отметить, что подобный подход обладает широкими возможностями и может применяться не только в области качества. Это объясняется, по-видимому, тем, что он отражает общую зависимость эффективного управления предприятием от указанных трех основных факторов: материальной базы, персонала и организации работ. При этом процесс управления предприятием представляется в виде петли, состоящей из управленческих функций. Тогда при наличии необходимой материальной базы и активного квалифицированного персонала процесс (петля) управления предприятием превращается в восходящую спираль с повышением эффективности производства после каждого цикла управления.

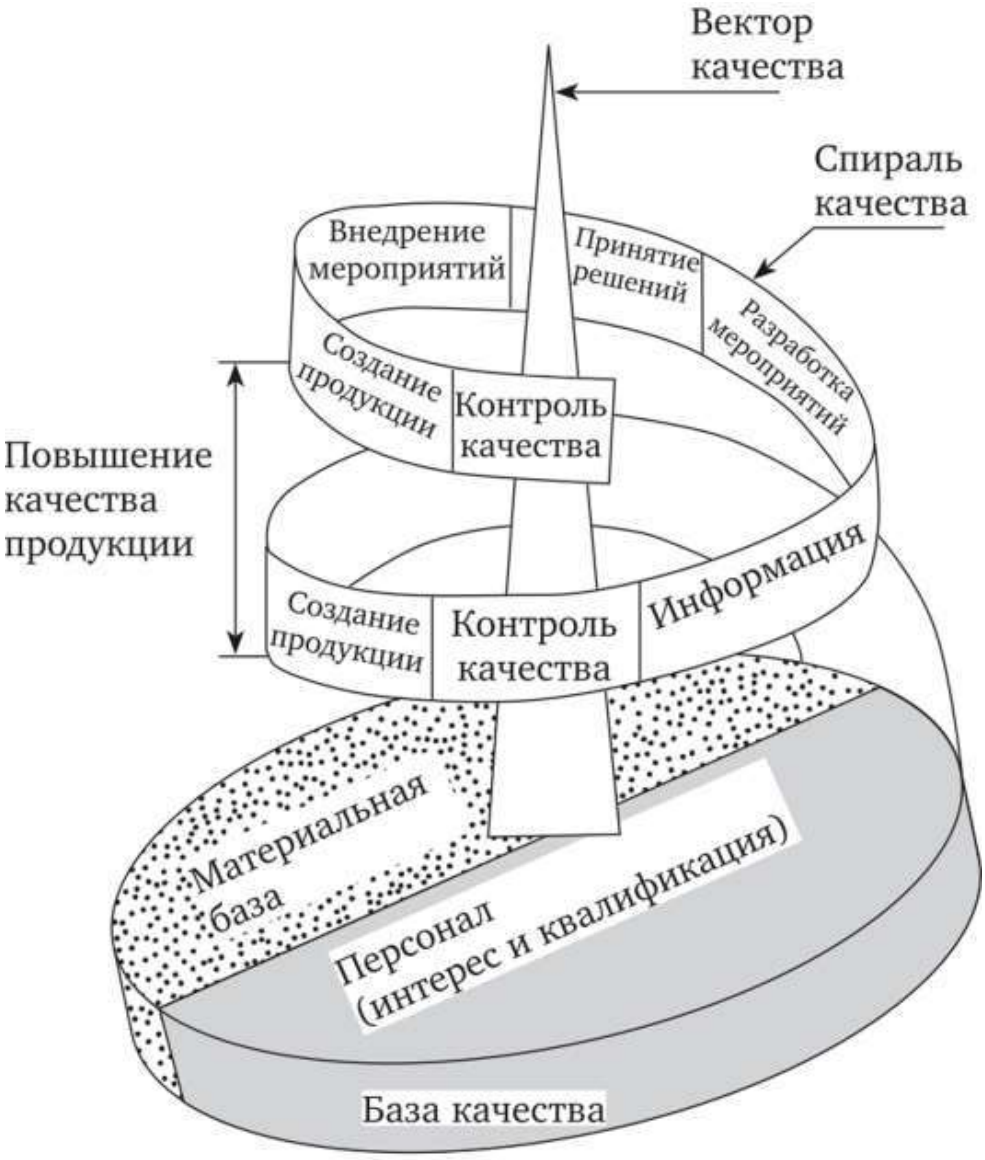


Рис. 4.3. **Петля качества**

Центральной частью системы качества является служба качества, в состав которой, как правило, включаются следующие функции: контроль качества, управление качеством, стандартизация, подготовка персонала. Служба качества, являясь подразделением отдела маркетинга, организует работу по качеству на предприятии (создает систему качества), контролирует качество производимых услуг, проводит внутренние проверки системы качества, координирует, контролирует и осуществляет методическое руководство работой других структур, выполняющих функции в системе качества.

Производственные подразделения гостиничного предприятия, отдел снабжения, отдел планирования трудовых ресурсов и подготовки кадров, служба маркетинга и другие подразделения формируют качество и выполняют другие функции, которые оказывают существенное влияние на качество. Эти подразделения в совокупности со службой качества и составляют ту широкую организационную структуру, которую принято называть системой качества. Эта система призвана уже не только управлять качеством, но и обеспечивать качество услуг. Ибо, кроме выполнения управленческих функций, она должна создавать необходимую материальную базу и решать проблему заинтересованности и квалификации персонала, т. е. формировать все три основных фактора, необходимых для обеспечения качества.

Эта система и, в особенности, ее ядро — служба качества — как раз и являются тем самым субъектом управления качеством, который воздействует на производственный процесс с целью обеспечения качества предоставляемых услуг.

Источники: https://studme.org/405375/turizm/model_upravleniya_kachestvom_obsluzhivaniya_gostinitse
https://studref.com/624761/turizm/menedzhment_kachestva_sfere_gostinichnyh_uslug

Вопросы к обсуждению:
2.Функции управления на гостиничном предприятии
3.Планирование как функция менеджмента
4.Менеджмент качества: планирование и контроль
5.Обеспечение качества гостиничных услуг

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
2.РАЗДЕЛ 3. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	качество услуг гостиничного предприятия как соответствие стандартам, требованиям рынка и потребностям потребителей услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи
2	подходы к управлению качеством гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Особенности качества услуг в гостинице

Управление процессами предоставления услуг в гостиничном предприятии имеют ряд важных особенностей. Во-первых, потребитель обычно присутствует в процессе предоставления услуги, т. е. имеет более тесный контакт или взаимодействие с производителем, чем в сфере материального производства. Во-вторых, в сфере услуг требуется более высокая степень индивидуализации труда в соответствии с требованиями потребителя. В-третьих, при предоставлении услуг затраты труда можно сравнить только с квалифицированным ручным трудом в материальном производстве.

Эти три особенности делают управление в сфере услуг более сложным с точки зрения обеспечения его эффективности. Действительно, чем выше степень взаимодействия с потребителем, степень индивидуализации продукции, трудоемкость процесса, тем труднее обеспечить его высокую экономическую эффективность и качество.

Характеристики, присущие предприятиям сферы услуг, затрудняют обеспечение эффективности операций, вместе с тем существует ряд методов, которые позволяют реализовать эту задачу. Эти методы направлены на рост не только производительности, но и конкурентоспособности путем внесения в организацию обслуживания системы качества.

Некоторые предприятия гостиничного бизнеса добились успеха на рынке за счет усиления участия потребителя в производстве услуг. Организация самообслуживания, шведский стол в ресторане — вот примеры применения этого принципа в гостинице. Следует, однако, отметить тот факт, что, предлагая потребителю самому выполнить какую-то часть предоставляемой услуги, мы фактически изменяем и саму природу этой услуги.

Многие годы считалось, что основная область применения новой техники и технологии — это материальное производство. Сегодня в сфере предоставления услуг этот процесс также развивается стремительно и динамично, изыскиваются возможности замены ручного труда техникой там, где ***это функционально и выгодно.*** Примером этого может служить планомерное замещение труда работников техническими устройствами по продаже

прохладительных напитков, кофе и чая, журналов, газет или телефонных карт, различного рода считывающими устройствами в системах безопасности и наличных расчетах. Прямой набор по междугородной телефонной связи, банкоматы для обработки кредитных карт являют собой примеры одновременного применения обоих вышеназванных принципов.

Модель предоставления услуг в гостинице представлена на рис. 4.1.

Вместе с тем в процессе развития сферы услуг необходимо выяснить причины неудовлетворенности потребителей потребляемыми ими услугами.

На сегодняшний день многие руководители гостиниц начинают осознавать, что для повышения загрузки и уровня доходности своих предприятий необходимо радикально менять существующую систему управления качеством. Вместе с тем практика показывает, что наличие в гостинице технических условий для производства услуг (уютные номера, общественные помещения, высокотехнологичное оборудование и т. п.) не гарантирует качество обслуживания и стабильный доход.

Качество услуг необходимо рассматривать сегодня как важнейшую область деятельности организаций гостиничного бизнеса. Под обеспечением качества понимается процесс формирования необходимых свойств и характеристик услуги, способных удовлетворять или превышать ожидания потребителя.

Общие требования по качеству услуг установлены ГОСТ Р50690— 94, введенным в действие с 1 января 1995 г. Согласно п. 4.3 этого стандарта, условия обслуживания должны удовлетворять следующим требованиям:

- • соответствие назначению;
- • точность и своевременность исполнения;
- • этичность обслуживающего персонала;
- • комфортность;
- • эстетичность;
- • эргономичность.

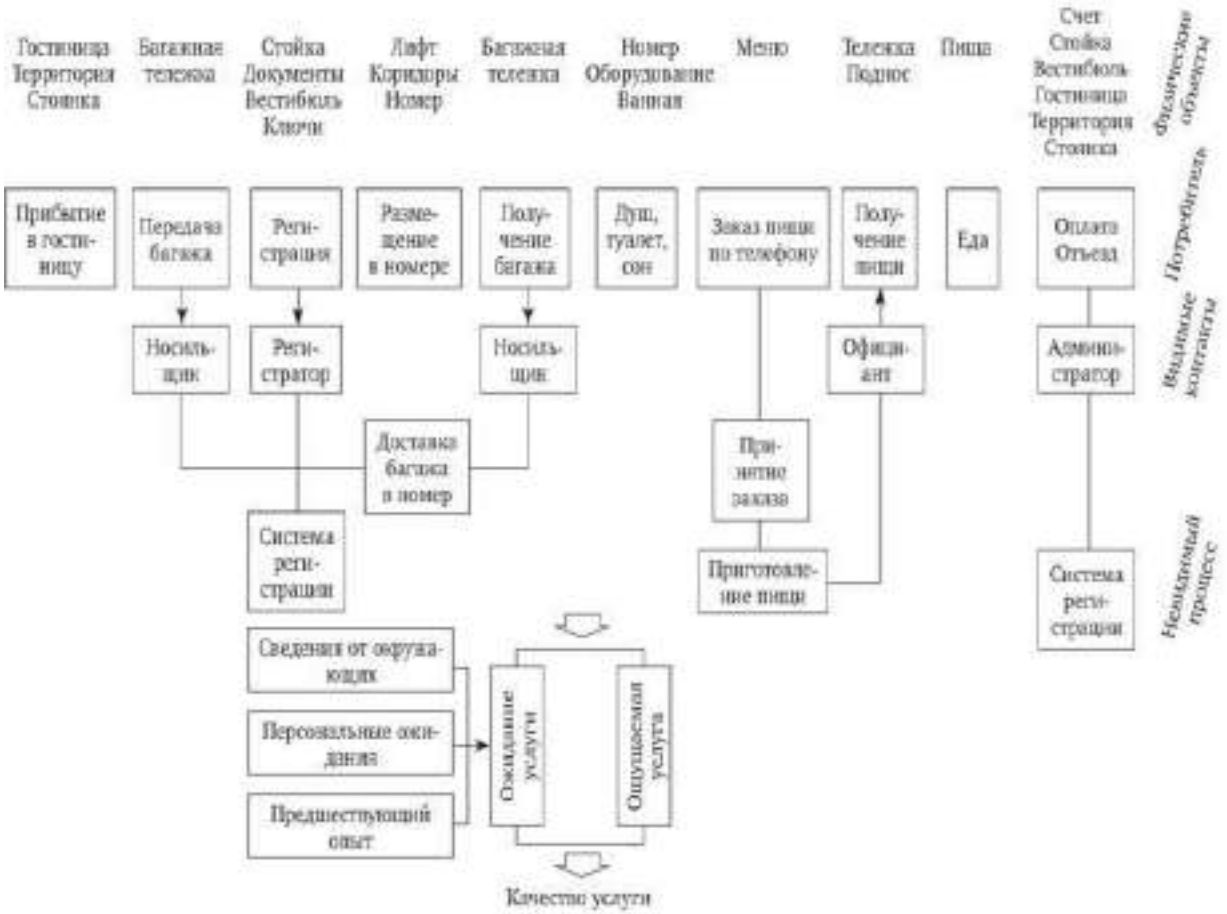


Рис. 4.1. **Структурная схема системы качества услуг в гостинице**

Чтобы обеспечить высокое качество обслуживания клиента в гостинице необходимо, чтобы все служебные подразделения работали слаженно и состояли из квалифицированных работников.

Сам процесс обслуживания клиента состоит из следующих этапов:

1. Бронирование.

Бронирование - предварительный заказ мест и номеров в гостинице. С этого процесса начинается обслуживание гостей. Бронированием номеров занимаются менеджеры отдела бронирования или службы приема и размещения. Именно в эти подразделения поступают заявки на бронирование от клиентов. Кроме формального сбора заявок отдел бронирования должен изучать спрос на гостиничные места. Изучая многолетний опыт работы гостиницы, учитывая план мероприятий, которые будут проходить в данном регионе (спортивные соревнования, карнавалы, съезды, фестивали и т.п.), прогнозируя спрос на места и анализируя загрузку номеров в прошедший и настоящий периоды, отдел бронирования совместно со службой маркетинга планирует деятельность гостиницы.

2. Прием гостей.

Следующий этап обслуживания: встреча гостей. Встреча гостя может быть двух видов: встреча на дальних подступах (трансфер) и встреча на ближних подступах (встреча швейцаром).

Служба приема и размещения - первая служба, с которой контактирует клиент гостиницы. От нее во многом зависит отношение гостя ко всей организации. Поэтому к службе приема и размещения обязательно предъявляются следующие требования.

Во-первых, служба приема и размещения должна быть расположена в непосредственной близости от входа в гостиницу. Стойка «ресепшн» должна быть удобна для клиентов и снабжена различными информационными материалами и указателями.

Во-вторых, стойка регистрации клиентов должны быть чистой и свободной от посторонних предметов. Она должна иметь четкое функциональное зонирование - информация для клиентов не должна смешиваться с информационными материалами персонала отеля. Оборудование и информация для персонала отеля должна быть укрыта от клиентов.

В-третьих, сотрудники службы приема и размещения должны быть опрятно одетыми, иметь безупречный внешний вид. Персонал приема и размещения должен вести себя подобающим образом и быть максимально открытым и доброжелательным. С гостями следует разговаривать только стоя.

3. Регистрация и заселение в номер.

Следующая часть операционного процесса - расселение - состоит в свою очередь из встречи, регистрации, вручения ключа и сопровождения до номера.

После встречи гостя швейцаром, гость подходит к стойке службы приема и размещения, где его приветствует администратор. Если клиент приезжает в гостиницу не в первый раз, то желательно обратиться к нему по имени. Это произведет положительное впечатление. Правилом для многих гостиниц является то, что администратор стоит за стойкой, а не сидит. Этим он подчеркивает свое уважение к гостю.

Далее администратор выписывает разрешение на поселение - документ, дающий право на занятие номера или места в номере. Затем администратор заполняет визитную карту (карту гостя), где указывается фамилия гостя, номер комнаты и сроки проживания - документ на право входа в гостиницу и получения ключа от номера.

По окончании оформления дежурный по этажу или посыльный провожают гостя до предоставленного ему номера, помогая поднести багаж.

4. Предоставление основных и дополнительных услуг.

К основным услугам относятся услуги: проживания, питания и уборки номера.

К дополнительным относятся следующие услуги: экскурсионное обслуживание, заказ услуг гидов-переводчиков, организация продажи билетов на все виды транспортов, организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты, заказ автотранспорта по заявке гостей, вызов такси, прокат автомобилей, заказ мест в ресторанах города, покупка и доставка цветов, продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции, ремонт обуви, ремонт и глажение одежды, стирка и химчистка одежды, пользование сауной, услуги парикмахерской, услуги буфетов, баров и ресторанов, аренда конференц-зала, залов переговоров, услуги бизнес-центра.

5. Расчет с клиентами.

Расчеты с проживающими могут производиться за наличный расчет, кредитными картами, по безналичному расчету (по перечислениям организаций, компаний, фирм, с которыми отель заключил определенный договор), ваучерами (разновидность безналичного расчета), дорожными чеками (крайне редко в российских гостиницах).

Расчетами с клиентами занимается кассир службы приема и размещения.

В гостиничной практике для организации процесса управления качеством обслуживания и анализа качества обслуживания широко используется пятиступенчатая модель качества или модель Gap. Она определяет качество обслуживания с точки зрения степени удовлетворения ожиданий клиента.

Модель Gap (от англ. gap - разрыв) разработана американскими исследователями А. Парашураманом, В.А. Зайтамл, Л.Л. Берри (рис. 6). В ней выделяются возможные несоответствия при предоставлении услуги. Величина и направление разрывов оказывают влияние на ее качество. Ключевым является разрыв между элементами «ожидаемая услуга» и «воспринятая услуга» (Gap 5), причем под «разрывом» подразумевается превышение ожиданий потребителя над оценкой услуги, полученной в действительности. Услуга является качественной, если разрыв отсутствует.

Рис.6. Модель gap

Источники: https://studme.org/405374/turizm/kachestvo_uslug_gostinichnom_predpriyatii

https://vuzlit.com/1922429/sovremennye_podhody_upravleniyu_kachestvom_uslug_gostinitsah

Вопросы к обсуждению:

1. Тип и характер действий при оценке качества гостиничного предприятия
2. Средства анализа и измерения
3. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия

4. Качественные методы оценки гостиничных услуг

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 4.1.Менеджмент ресурсов гостиничного предприятия

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Мониторинг, измерение, анализ и улучшение качества гостиничных услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Проблемы качества обслуживания в гостиничном бизнесе	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Влияние качества услуг на деятельность сервисных предприятий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

При проведении оценки используют специальные показатели. Оценочные показатели качества услуг могут быть определены на основе действующих нормативных документов. Так, например, международный стандарт ИСО 90004-2-94 «Общее руководство качеством и элементы системы качества. Руководящие указания по услугам» приводит две группы характеристик качества услуг:

1) количественные характеристики:

- время ожидания услуги;

- характеристика оборудования, инструмента и материалов;

- надежность;

- точность исполнения;

- полнота услуги;

- безопасность;

уровень автоматизации и механизации;

2) качественные характеристики:

- вежливость;

- доступность персонала;

- доверие к персоналу;

- уровень мастерства;

- комфорт и эстетика;

- эффективность контактов исполнителя и клиентов.

В. Цайтамль Л. Берри и А. Парасураман предложили 10 основных показателей качества, которые используются потребителями для оценки качества предоставляемых им услуг: доверие, безопасность, доступность, коммуникабельность, осязаемые характеристики, надежность, скорость реакции, компетентность и вежливость.

Для измерения степени удовлетворения потребителя с учетом различных аспектов качества обслуживания В. Цайтамль Л. Берри и А. Парасураман разработали специальную методику, которую назвали SERVQUAL (от англ. service quality – «качество обслуживания»). Используемый ими подход основан на предположении, что потребитель оценивает качество услуг, сравнивая свои ожидания с фактическим восприятием. Данный инструмент использует часть приведенных выше показателей, из состава которых удалены взаимосвязанные показатели. В результате они остановились на следующих показателях: осязаемые характеристики, надежность, скорость реакции, уверенность, сопереживание, которые включают 21 фактор восприятия и ряд факторов ожидания потребителем качества обслуживания.

В работе приводятся следующие показатели качества услуг, которые незначительно отличаются от приведенных выше:

1) окружающая среда (обстановка, удобства, оборудование и персонала на сервисе);

2) надежность (совокупность исполнительности и доверия к результатам выполнения работы);

3) психологические свойства (возможность нахождения контакта);

4) вежливость;

5) отзывчивость;

6) коммуникабельность (способность такого общения, чтобы потребитель понял сотрудника);

7) доступность (легкость установления связи с поставщиком услуг);

8) гарантия (страховка).

Установление количественных значений показателя качества часто проводится экспертным методом.

Экспертная оценка качества услуги – характеристика качества, полученная с использованием экспертных методов оценивания. Экспертное оценивание осуществляют экспертные комиссии (совокупность специалистов для экспертного оценивания качества услуги), включающие в себя рабочие группы (организуют деятельность экспертной группы и обрабатываю суждения экспертов о качестве услуги).

Экспертное оценивание качества услуги осуществляется в четыре этапа:

1) формулировка целей оценки и формирование экспертной группы;

2) выбор методов, способов и процедур оценивания;

3) вынесение суждений членами экспертной группой;

4) обработка экспертных суждения и оформление экспертного заключения.

Одной из главных причин отставания в качестве услуг, предлагаемых российскими гостиницами, является отсутствие четко определенных и сформулированных стандартов в этой области.

Принципиальная особенность деятельности гостиниц, функционирующих в России на основе франшизы, заключается в том, что они управляются при жестком соблюдении корпоративного стандарта, применяемого в той или иной гостиничной сети. В них поддерживаются европейские (более высокие) стандарты качества обслуживания. Для владельцев гостиниц, идущих на франшизу, не существует выбора – применять или не применять стандарт обслуживания. Они могут выбрать гостиничную корпорацию, которая согласится управлять их гостиничным объектом или передать технологию обслуживания на основе своего корпоративного стандарта. Стандарт обслуживания, равно как и описание технологических процессов предоставления обслуживания, является know-how каждого гостиничного оператора, обеспечивающего ему конкурентные преимущества на международном рынке гостиничных услуг.

Факторы, влияющие на формирование качества обслуживания в гостинице, можно увидеть на рис. 1 [2].

Управление качеством обслуживания осуществляется посредством системы мер, включающих подбор и обучение персонала, поддержку и удовлетворенность служащих, социально-экономическое стимулирование персонала, контроль качества и стандартизацию процесса

предоставления ими услуг, контроль производительности труда, контроль степени удовлетворенности клиентов обслуживанием с помощью системы анализа жалоб и предложений, изучения клиентуры, сравнения качества услуг конкурентов с качеством предоставления собственных услуг [3].

Рис. 1. *Основные факторы, влияющие на качество услуг гостиницы*

Таким образом, качество услуг является основой функционирования как любого предприятия индустрии гостеприимства, так и всей отрасли в целом.
Качество определяет политику конкретного предприятия, цены услуг, их состав и характер, популярность предприятия, его конкурентную позицию и политику, его долю на рынке гостиничных услуг, прибыль и множество других факторов и показателей.

Эстетический комфорт является одним из главных факторов, по которым клиент выбирает услуги того или иного предприятия, эстетично оформленный интерьер, который создает чувство атмосферы уюта и домашнего тепла. Руководителям предприятия при оформлении предприятия с целью повысить конкурентоспособность необходимо следовать важным следующим общим положениям: все помещения должны быть выполнены в одном стиле и соответствовать направлению предприятия; цветовая гамма должна успокаивать клиента, но не раздражать клиента; материалы, используемые для оформления, должны соответствовать стандартам безопасности и гигиены и иметь соответствующие сертификаты; материалы также должны быть долговечными в использовании и устойчивыми к воздействию высоких температур и химических веществ.

Стоит обратить внимание, что в наше время потребители услуг становится все более информированным в области своих прав, а съездив в различные страны и увидев своими глазами уровень качества услуг и культуру сервиса за пределами России, потребитель начинает сравнивать с зарубежными странами и предъявляет повышенные требования к культуре сервиса в своей стране.

Качество является основным фактором в культуре сервиса каждого предприятия. Целью качественного обслуживания является умение и способность обеспечить у потребителя чувство удовлетворенности. Однако, основное внимание в попытках повысить качество обслуживания вначале уделялось с отбором и подготовкой квалифицированного персонала, находящегося в постоянном контакте с клиентами. Вопросы измерения качества и улучшения процессов создания обслуживания поначалу руководителями предприятий в значительной степени не учитывались. Но в настоящее время их актуальность не вызывает сомнений. И поэтому важным

для формирования культуры сервиса является вопрос о том, какие необходимые измерения качества обслуживания необходимы для предприятия.

Восприятие потребителем качества обслуживания - это формирование в его сознании чувственного образа различий между ожидаемым и фактически полученным обслуживанием с последующим перерастанием этого образа (через восприятие и оценку существенных свойств полученного обслуживания) в эмоциональный настрой по отношению к предприятию, характеризуемый силой (уровнем) и направлением. Сильный положительный настрой - высокая степень удовлетворенности, высокое качество. Сильный отрицательный настрой - высокая степень неудовлетворенности, низкое качество. Количественная характеристика этого настроя является оценкой культуры сервиса.

Источники:
https://studbooks.net/1497888/menedzhment/vliyanie_kachestva_obsluzhivaniya_effektivnost_raboty_organizatsii

https://dis.ru/library/523/31542/

https://studfile.net/preview/11666046/page:4/

Вопросы к обсуждению:

1. Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии
2. Особенности внедрения СМК в гостиничном предприятии
3. Суть Тотального управления качеством (TQM).
4. Модель всеобщего управления качеством.

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 4.2. Управленческая деятельность руководства в области обеспечения качества

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и

общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Защита прав потребителей: реалии и государственные требования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Требования к СМК в гостиничном предприятии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Защита прав потребителей – это комплекс мер, которые направлены на то, чтобы лишить недобросовестных продавцов и исполнителей возможности предоставить гражданину некачественный товар или услугу. Если же такая ситуация все-таки произойдет, в законодательстве есть нормы, предусматривающие возможность замены или возврата затраченных денежных средств. Права потребителей регулируются и защищаются многими нормами действующего законодательства, но основным актом выступает Закон РФ от 7 февраля 1992 года № 2300-I «О защите прав потребителей».

Права потребителей Право получать качественные услуги и приобретать качественный товар – закон обязывает продавца тщательно следить за качеством материальной или нематериальной продукции. Право на информирование – приобретатель вправе получить достоверные сведения о технических и качественных характеристиках услуг или товара, получать сведения о составе приобретения, производителе, гарантийном сроке, наличии сервисных центров, которые предоставляют услуги обслуживания и гарантийного ремонта. Продавец или исполнитель услуги обязан предоставить запрашиваемую информацию полностью без утайки и замалчивания. Право на приобретение безопасных товаров и услуг – предлагаемые потребителям товары и услуги должны исключать вероятность причинения вреда пользователю, его имуществу и окружающим людям. Право на бесплатный ремонт и замену товара в течение гарантийного срока – у каждого товара есть определенный производителем срок службы. Это время, в течение которого товар должен работать. Кроме того, у технически сложных вещей есть гарантийный срок – в течение этого периода предмет должен работать без поломок. Если он все же выйдет из строя, продавец обязан обеспечить бесплатный ремонт предмета или заменить неисправную вещь на работающий. Право на возмещение убытков – если потребитель понес убытки в ходе эксплуатации приобретенного товара или использования результата оказания услуги, продавец (исполнитель) обязан компенсировать эти убытки в полном объеме. Причем если договором, заключенным между продавцом и потребителем, предусмотрена большая сумма компенсация, нежели установленная законом, выплата должна быть сделать в соответствии с условиями договора.

Система менеджмента качества (СМК) гостиницы должна предполагать:

1. Эффективное управление предприятия на основе маркетинга.

Предприятия индустрии гостеприимства функционируют в условиях развивающихся рынков. Усиливается воздействие рыночных сил, требующих повышения конкурентоспособности и удовлетворения потребителя, обеспечивающего благополучие предприятия, его работников и владельцев.

Современная концепция маркетинга определяет задачу производственно-сбытовой деятельности предприятия, направленной на достижение конечного результата — прибыли при сохранении или укреплении благополучия потребителя и общества в целом. Эта концепция означает сбалансированность трех факторов: стремления к прибыли, учета покупательских потребностей и интересов общества.

Определяющими дальнейшее развитие предприятий индустрии гостеприимства будут:

- • эффективный менеджмент на основе маркетинга, обеспечивающий необходимые условия для производства и реализации продукции и услуг;
- • внедрение СМК, позволяющей обеспечить конкурентоспособность и доходность.
- 2. Создание корпоративной культуры.

Под корпоративной культурой понимается система ценностей и убеждений, разделяемых всеми сотрудниками, коллективное сознание и менталитет организации. Корпоративная культура определяет поведение между работниками гостиницы, их взаимоотношения с клиентами, руководством, посредниками, поставщиками и т. д. Корпоративная культура дает работникам чувство цели и формирует преданность к своей организации.

Ориентация гостиничных корпораций на удовлетворение запросов клиентов привела к внедрению системы Всеобщего управления качеством (TQM), которая стала частью корпоративной культуры. В основе TQM лежат следующие принципы.

- • Ориентация на потребителя. Организации зависят от своих потребителей и поэтому должны понимать их текущие и будущие потребности, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания.
- • Лидерство руководителя. Руководители обеспечивают единство цели и направления деятельности организации. Им следует создавать и поддерживать внутреннюю среду, обеспечивающую полное вовлечение работников в решение задач организации.
- • Вовлечение работников. Работники всех уровней составляют основу организации, и их полное вовлечение дает возможность организации с выгодой использовать их способности.
- • Подход к системе качества как к процессу. Желаемый результат достигается эффективнее, когда деятельностью и соответствующими ресурсами управляют как процессом.
- • Системный подход к управлению. Выявление, понимание и менеджмент взаимосвязанных процессов как системы содействуют результативности и эффективности организации при достижении ее целей.
- • Постоянное улучшение. Постоянное улучшение деятельности организации в целом следует рассматривать как ее неизменную цель.
- • Принятие решений, основанных на фактах. Эффективные решения основываются на анализе данных и информации.
- • Взаимовыгодные отношения с поставщиками и посредниками по продажам. Организация, ее поставщики и посредники взаимозависимы. Эти отношения, построенные на взаимной основе, повышают способность сторон создавать ценности и блага.
- При внедрении системы качества в области гостиничных услуг необходимо использовать рекомендации стандарта ИСО 9004—2. Будет также полезно, на наш взгляд, использовать и соображения, изложенные в данном учебном пособии.
- Ранее уже отмечалось, что система качества представляет собой совокупность структур, выполняющих функции управления и обеспечения качества установленными методами.
- Поэтому внедрение системы качества в основном заключается в том, чтобы сначала определить, какие процессы и структуры следует включить в систему качества и какие функции они должны выполнять, чтобы обеспечить требуемое качество продукции/услуг, а затем разработать все необходимые нормативные документы для выполнения этих функций.

Источники:
https://studme.org/405394/turizm/vnedrenie_sistemy_kachestva_rabotu_gostinichnogo_predpriyatiya

https://studme.org/405385/turizm/sistema_menedzhmenta_kachestva_gostinichnogo_predpriyatiya

https://j.etagi.com/stati/zashhita-prav-potrebiteley/

Вопросы к обсуждению:

1. Планирование обеспечения качества.
2. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
3. Качественные методы оценки гостиничных услуг
4. Невидимые функциональные службы и системы гостиничного предприятия

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Раздел 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Качество как социально-экономическая категория и объект управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Значение повышения качества на макроуровне.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

3	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

5. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
6. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
7. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
8. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?
9. Дать определение понятию «Качество» с указанием источника.
10. Дать определение индустрии туризма и гостеприимства.
11. Какие факторы внешней и внутренней среды гостиничных предприятий Вы знаете?

1. **УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

2. РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 1.2. Этапы развития системы управления качеством

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Концепция пост индустриальной экономики.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Этапы эволюции управления качеством. Различные подходы к содержанию понятия «качество».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Основные понятия и определения в области качества. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления. Особенности гостиничных предприятий как объектов управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

5. Какие аспекты качества Вам известны?
6. Назовите ученых в области качества и дайте краткую характеристику основным их трудам.
7. К. Исикава и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях.
8. Э. Деминг и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях.
9. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности
10. Почему в гостиничной деятельности качество определяет коммерческий успех предприятия?

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2.РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие стандарта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Роль стандартов в деятельности предприятий. Понятие стандартизации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Виды стандартов (классификация).	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Какую роль играет стандартизация в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?
3. Что такое техническое регулирование?
4. Приведите примеры локальных стандартов
5. Какие международные стандарты индустрии туризма и гостеприимства Вам известны?
6. Дайте определение понятию «стандарт» с указанием источника

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема2.2. Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	ФРИО: история создания; функции и задачи.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения: Подготовить ответы на вопросы с примерами

1. Система национальных стандартов в РФ.
2. Отраслевые стандарты: обзор в мире и РФ.

3. Региональные стандарты: цели и задачи.
4. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации.
5. Локальные стандарты гостиничных предприятий.
6. Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации. ФРИО: история создания; функции и задачи.
7. Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания.
8. Сетевые предприятия общественного питания в аспекте качества.
9. Транснациональные компании и их роль в развитии стандартизации.
10. Международные стандарты в индустрии гостеприимства.
11. Профессиональные стандарты в гостиницах.
12. Стандарты гостиничных сетей.

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
2. РАЗДЕЛ 3. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.1. Основные понятия *менеджмент качества*: функции, методы управления

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	менеджмент качества, функции менеджмента качества, подходы к управлению качеством гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	модель управления качеством обслуживания в гостинице	Групповая, научная дискуссия, диспут

		Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Стратегическое, тактическое и операционное планирование
2.Функции управления на гостиничном предприятии
3.Планирование как функция менеджмента
4.Менеджмент качества: планирование и контроль
5.Обеспечение качества гостиничных услуг
6.Организация работ по качеству в гостиничном предприятии: основные этапы и проблемы
7.Определение состава процессов управления качеством

8.Документационное и информационное обеспечение работ по качеств

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 3. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	качество услуг гостиничного предприятия как соответствие	Групповая, научная

	стандартам, требованиям рынка и потребностям потребителей услуг	дискуссия, диспут Дискуссия
2	подходы к управлению качеством гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Система показателей в оценке качества гостиничного предприятия
2. Тип и характер действий при оценке качества гостиничного предприятия
3. Средства анализа и измерения
4. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
5. Качественные методы оценки гостиничных услуг
6. Невидимые функциональные службы и системы гостиничного предприятия
7. Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе
8. Правила формирования анкет, опросных листов и т.д.
9. Влияние конфессиональной, гендерной и национальной принадлежности на восприятие и оценку качества гостиничных услуг

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 4.1.Менеджмент ресурсов гостиничного предприятия

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Мониторинг, измерение, анализ и улучшение качества гостиничных услуг	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Проблемы качества обслуживания в гостиничном бизнесе	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Влияние качества услуг на деятельность сервисных предприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии
2. Особенности внедрения СМК в гостиничном предприятии
3. Суть Тотального управления качеством (TQM).
4. Модель всеобщего управления качеством.
5. Планирование уровня качества туристской услуги.

1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Тема 4.2. Управленческая деятельность руководства в области обеспечения качества

3. Цели занятия.

Сформировать представление об основных положениях оценки качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

Уметь использовать методы и способы обеспечения требуемого отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Защита прав потребителей: реалии и государственные требования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Требования к СМК в гостиничном предприятии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Планирование контроля качества туристской услуги.
2. Планирование обеспечения качества.

3. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
4. Качественные методы оценки гостиничных услуг
5. Невидимые функциональные службы и системы гостиничного предприятия
6. Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе
7. Правила формирования анкет, опросных листов и т.д.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей

программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Основы планирования и туристско-рекреационного проектирования	
Тема 1.1 Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма	Понятие туристско-рекреационных ресурсов. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма. Туристские активы и пассивы. Туристская инфраструктура. Туристский потенциал. Структура туристского потенциала территорий. Аттракции. Инвентаризация и паспортизация туристских ресурсов, факторов и условий территорий. Кадастр туристских ресурсов. Географические информационные системы и карты в туризме.
Тема 1.2 Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий	Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий. Оценка конкурентоспособности территорий. Интерпретация туристских активов и потенциала территорий. Методика формирования перечня искусственных мотиваций туристов для развития туризма в российских регионах.
Раздел 2. Процессы в управлении туристско-рекреационными проектами	
Тема 2.1 Базовые учения и концепции территориальной организации туризма	Учение о географических системах. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма. Концепции производственных циклов. Концепции ресурсных циклов. Формы территориальной организации туризма: ореал, сеть, маршрут, зона, район, пояс, регион.

	Теория географического положения. Концепция ресурсного потенциала. Теория географического разделения труда. Теория о территориально-производственном комплексе. Концпция кластеров. Концепция опорного каркаса территории. Теория штандрота. Теория районирования. Теория зонирования. Концепция поляризованного ландшафта. Концепция природных рубежей контрастности. Теория «Центр-Периферия». Концепция цикличности рекреационной деятельности человека. Теория регионализма. Маршрутные концепции. Формы территориальной организации туризма: ореал, сеть, маршрут, зона, район, пояс, регион. Туристское районирование.
Тема 2.2 Формы территориальной организации туризма	Туристский центр. Туристская дестинация. Туристский комплекс. Туристский кластер. Кластерная политика. Формирование туристских кластеров. Мастер-план туристско-рекреационного кластера. Управление территориальной организацией туристских потоков. Стратегии и тактики управления туристскими потоками.
Раздел 3. Специфика и технологии разработки региональных туристско-рекреационных программ	
Тема 3.1. Территориальная туристская система	Туристская система. Сущность территориальных туристских систем (ТРС), эволюция подходов к исследованию. Матрица связей подсистем ТРС. Географические элементы туристской системы. Территориальная туристская система как комплексное общественно-природное образование.
Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма	Подходы к исследованию территориальных туристских систем: сопряженно-подсистемный, структурно-динамичный, функционально-территориальный, классификационно-таксономический территориальный, сетевой подходы. Концепции территориальной организации туризма. Развитие территориальных туристских систем. Базовые вопросы развития туристских систем. Фазы развития туристских центров.
Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр	
Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма и гостеприимства	Сущность стратегического планирования в туризме. Документы стратегического планирования в сфере территориальной организации развития туризма. Федеральные целевые программы развития туризма. Подпрограммы государственных программ. Национальные проекты. Стратегия развития. Мастер-план как инструмент стратегического территориального планирования развития туризма. Мастер план туристской территории. План развития туристской территории.
Тема 4.2. Туристический	Цели и задачи туристского информационного центра.

информационный центр как механизм территориальной организации туризма	Информационное обслуживание. Продвижение бренда туристской территории. Сбор и анализ статистики в сфере туризма.
Раздел 5. Гостиничный продукт как результат функционирования гостиничного хозяйства. Требования к проектированию общественной части гостиниц и иных средств размещения	
Тема 5.1 Базовые основы функционирования гостиничного хозяйства	Требования к лечебно-оздоровительным местностям и курортам. Основные законодательные документы, регламентирующие деятельность курортов. Лицензирование и сертификация санаторно-курортных услуг. Нормативно-техническое обеспечение уровня качества сервисного обслуживания на курорте.
Тема 5.2 Требования к проектированию общественной части гостиниц и иных средств размещения	Управление курортным делом на различных уровнях. Государственное регулирование курортного дела в Российской Федерации. Экологический и санитарно-гигиенический контроль на курорте, законодательные документы.
Раздел 6. Организационно-методические основы проектирования предприятий санаторно-оздоровительного типа	
Тема 6.1 Организационные основы проектирования предприятий санаторно-оздоровительного типа	Санаторно-оздоровительная организация как система. Особенности деятельности санаторно-оздоровительной организации.
Тема 6.2 Разработка бизнес-плана предприятий санаторно-оздоровительного типа	Структура бизнес-плана. Особенности бизнес-плана в сфере услуг. Программы реализации бизнес-планов, источники финансирования. 1)Подготовительный этап: сбор информации, оценка направлений исследований; 2)Этап разработки бизнес-плана: анализ возможных рисков, формулирование предупреждающих действий; 3)Этап реализации бизнес плана: корректирующие действия по выполнению плана предприятия.
Раздел 7. Проектное развитие санаторно-курортного учреждения. Организация бизнес-системы санаторно-курортного предприятия	
Тема 7.1 Проектное развитие санаторно-курортного учреждения	Рынок санаторно-оздоровительных услуг, его особенности. Специфика ценообразования санаторно-оздоровительных услуг. Баланс спроса и предложения на рынке санаторно-оздоровительных услуг. Проблемы санаторно-оздоровительных организаций в рыночных условиях. Мониторинг санаторно-оздоровительных услуг в современных условиях.
Тема 7.2 Организация бизнес-системы санаторно-курортного предприятия	Санаторно-оздоровительные организации. Вопросы реализации бизнес-планов. Разработка раздела «План маркетинга» бизнес-плана создания предприятия. Разработка элементов оформления бизнес-плана

	предприятия санаторно-оздоровительного типа.
Раздел 8. Определение содержания инновационной программы санаторно-курортного учреждения. Планирование инновационной программы в санаторно- курортном предприятии.	
Тема 8.1 Роль и значение инноваций как антикризисное управление	Проблемы деятельности санаторно-оздоровительных организаций в современный период (социальный и экономический кризисы). Роль и значение инноваций как антикризисное управление. Проектная деятельность санаторно-оздоровительных организаций в системе управления персоналом.
Тема 8.2 Планирование инновационной программы в санаторно- курортном предприятии	Способы привлечения финансовых средств (государственных, частных). Отличие бизнес-планирования от проектной деятельности. Государственные программы развития санаторно-оздоровительных организаций в России. Передовые технологии в санаторно-оздоровительном обслуживания. Роль и значение НИИ курортологии в России в перспективе

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и

найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков, и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление

вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий, обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Основы планирования и туристско-рекреационного проектирования

Тема 1.1 Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма

1. Какие ресурсы используются в территориальной организации туризма?
2. Как классифицируются факторы территориальной организации туризма?
3. Какие условия влияют на успех территориальной организации туризма?

Тема 1.2 Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий

1. Как оценить потенциал территории для организации туризма?
2. Какие факторы могут повлиять на конкурентоспособность туристической территории?
3. Как провести оценку туристских ресурсов территории?

Раздел 2. Процессы в управлении туристско-рекреационными проектами

Тема 2.1 Базовые учения и концепции территориальной организации туризма

1. Какие базовые учения используются в территориальной организации туризма?
2. Какие концепции используются в территориальной организации туризма?
3. Как важны базовые учения и концепции для успешной территориальной организации туризма?

Тема 2.2 Формы территориальной организации туризма

1. Какие формы территориальной организации туризма существуют?
2. Как выбрать форму территориальной организации туризма для конкретной территории?
3. Какие преимущества и недостатки существуют у каждой формы территориальной организации туризма?

Раздел 3. Специфика и технологии разработки региональных туристско-рекреационных программ

Тема 3.1. Территориальная туристская система

1. Что такое территориальная туристическая система?
2. Какие элементы входят в территориальную туристическую систему?
3. Как важна территориальная туристическая система для успешной организации туризма?

Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма

1. Какие концепции используются в территориальной организации туризма?
2. Как выбрать подходящую концепцию для конкретной территории?
3. Как важна концепция для успешной территориальной организации туризма?

Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма и гостеприимства

1. Что такое стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма и гостеприимства?
2. Какие этапы включает в себя стратегическое планирование?
3. Как важно стратегическое планирование для успешного развития территории в сфере туризма и гостеприимства?

Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма

1. Что такое туристический информационный центр?
2. Какие функции выполняет туристический информационный центр?
3. Как важен туристический информационный центр для успешной территориальной организации туризма?

Раздел 5. Гостиничный продукт как результат функционирования гостиничного хозяйства. Требования к проектированию общественной части гостиниц и иных средств размещения

Тема 5.1 Базовые основы функционирования гостиничного хозяйства

1. Какие основные функции выполняет гостиничное хозяйство?
2. Какие принципы должны быть учтены при организации гостиничных услуг?
3. Какие особенности управления персоналом отличают гостиничное хозяйство от других сфер услуг?

Тема 5.2 Требования к проектированию общественной части гостиниц и иных средств размещения

1. Какие основные функции должны выполнять общественные зоны гостиниц?
2. На что необходимо обратить внимание при выборе расположения общественных зон в гостинице?
3. Какие требования должны быть выполнены при проектировании помещений для общественных зон гостиницы?

Раздел 6. Организационно-методические основы проектирования предприятий санаторно-оздоровительного типа

Тема 6.1 Организационные основы проектирования предприятий санаторно-оздоровительного типа

1. Какие особенности характеризуют предприятия санаторно-оздоровительного типа?
2. Что должно быть учтено при планировании зданий и территории для санаторно-оздоровительного предприятия?
3. Какие компетенции необходимы у проектной команды при проектировании предприятия санаторно-оздоровительного типа?

Тема 6.2 Разработка бизнес-плана предприятий санаторно-оздоровительного типа

Тема 6.2 Разработка бизнес-плана предприятий санаторно-оздоровительного типа:

1. Какие компоненты должны быть включены в бизнес-план предприятия санаторно-оздоровительного типа?
2. На какие риски необходимо обратить внимание при разработке бизнес-плана санаторно-оздоровительного предприятия?
3. Какие факторы могут повлиять на доходность и рентабельность санаторно-оздоровительного предприятия?

Раздел 7. Проектное развитие санаторно-курортного учреждения. Организация бизнес-системы санаторно-курортного предприятия

Тема 7.1 Проектное развитие санаторно-курортного учреждения

1. Что должно быть учтено при планировании развития санаторно-курортного учреждения?
2. Какие инструменты и методы могут использоваться при проектном развитии санаторно-курортного учреждения?
3. Какие факторы могут повлиять на успешность проектного развития санаторно-курортного учреждения?

Тема 7.2 Организация бизнес-системы санаторно-курортного предприятия

1. Какие основные компоненты должны входить в бизнес-систему санаторно-курортного предприятия?
2. Что необходимо учитывать при организации работы персонала в санаторно-курортном предприятии?
3. Какие принципы необходимо учитывать при организации маркетинга и продаж услуг санаторно-курортного предприятия?

Раздел 8. Определение содержания инновационной программы санаторно-курортного учреждения. Планирование инновационной программы в санаторно-курортном предприятии.

Тема 8.1 Роль и значение инноваций как антикризисное управление:

1. Какие преимущества могут быть достигнуты при использовании инноваций в санаторно-курортном предприятии?
2. Какой эффект может дать внедрение инновационных технологий при управлении кризисной ситуацией в санаторно-курортном предприятии?
3. Какие риски существуют при использовании инноваций в санаторно-курортном предприятии?

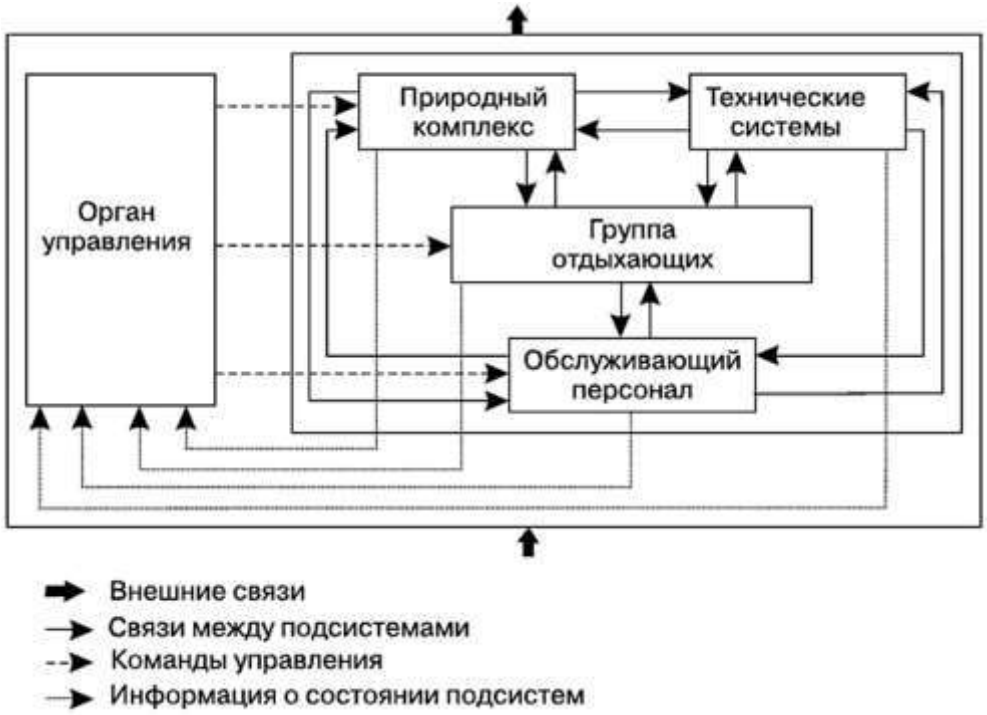
Тема 8.2 Планирование инновационной программы в санаторно- курортном предприятии:

1. Какой подход следует использовать при разработке инновационной программы для санаторно-курортного предприятия?
2. Какой рабочий план должен составляться при планировании инновационной программы санаторно-курортного предприятия?
3. Какие преимущества получает санаторно-курортное предприятие при проведении инновационной программы?

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Тема 1.1 Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма

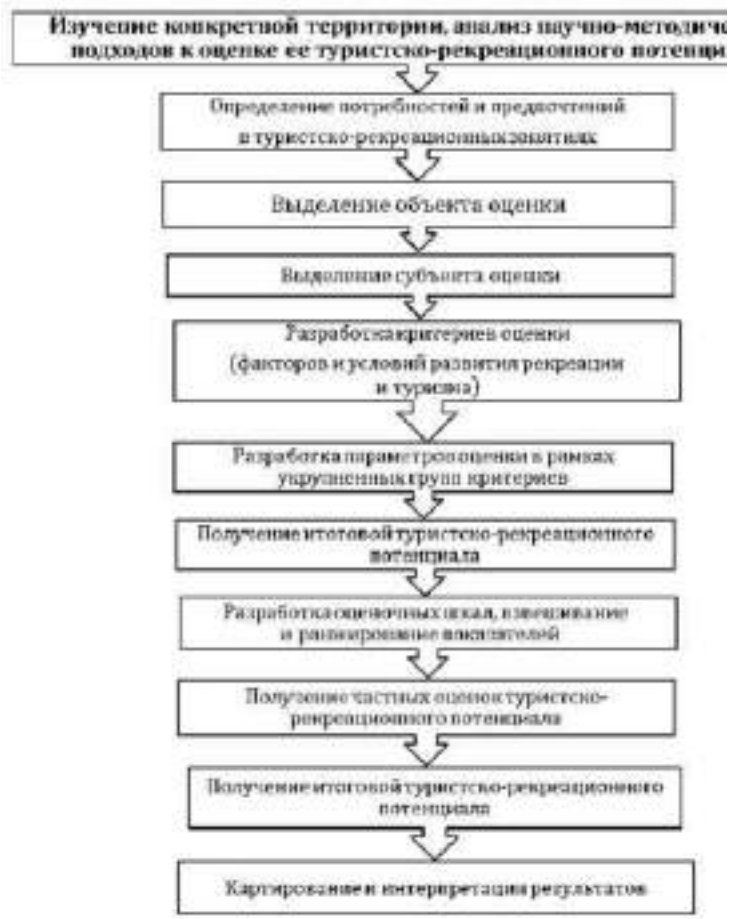
Источник: https://ozlib.com/810315/turizm/resursy_usloviya_formirovaniya_turistskih_destinatsiy



Источник: https://bstudy.net/790130/turizm/prostranstvennaya_organizatsiya_turizma

Тема 1.2 Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий

Источник:
https://studme.org/417092/turizm/podhody_otsenke_turistskoy_konkurentosposobnosti_stran_destinatsiy



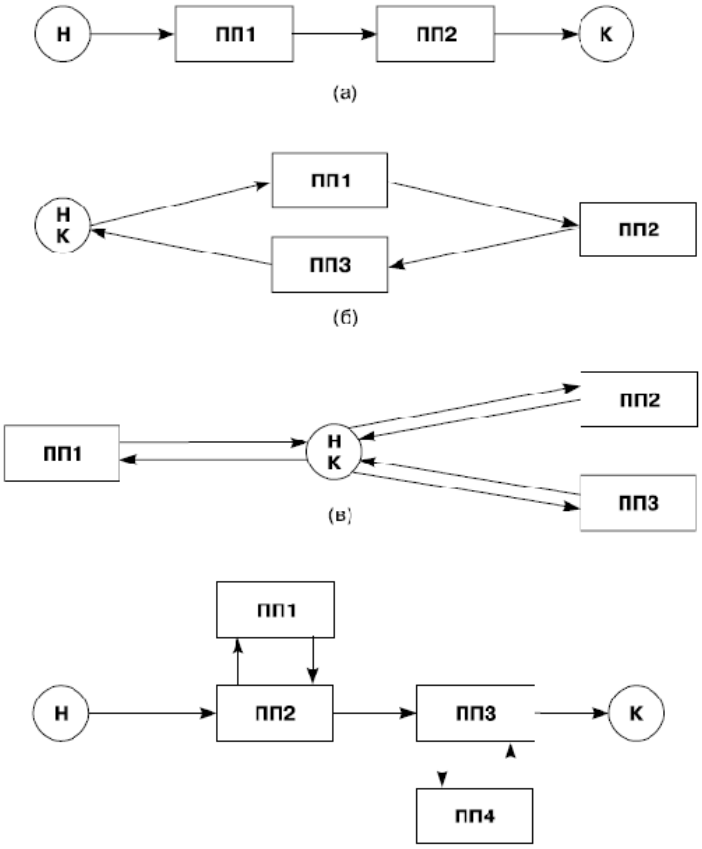
Источник:
https://bstudy.net/693312/turizm/protsedura_metody_otsenki_turistsko_rekreatsionnogo_potentsiala_territorii

Тема 2.1 Базовые учения и концепции территориальной организации туризма

Источник: https://bstudy.net/790130/turizm/prostranstvennaya_organizatsiya_turizma

Источник: https://cyberpedia.su/24x28d6.html

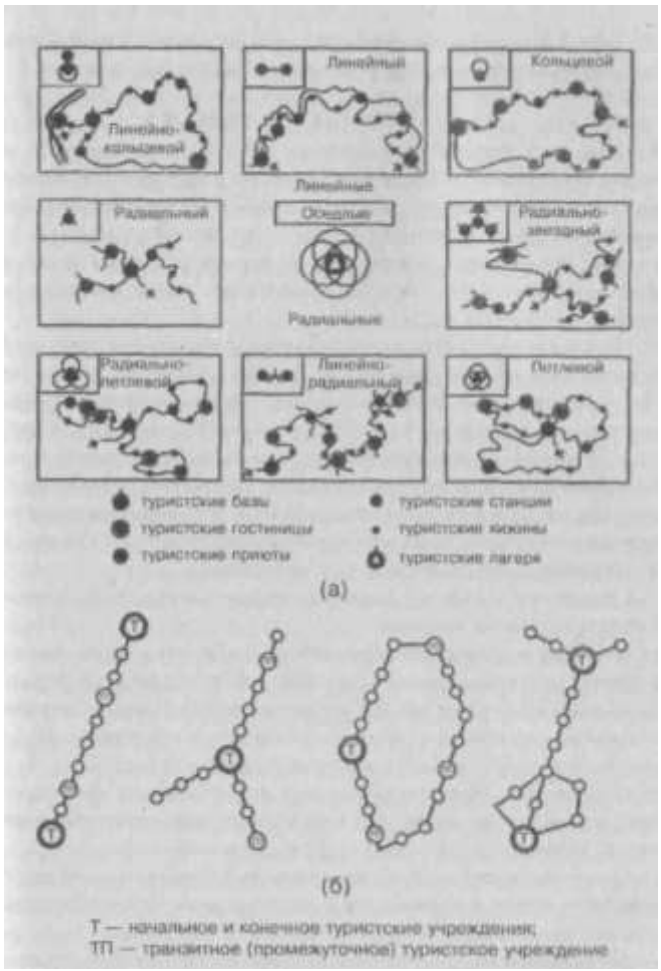
Тема 2.2 Формы территориальной организации туризма



Источник: https://intuit.ru/studies/courses/3553/795/lecture/30442

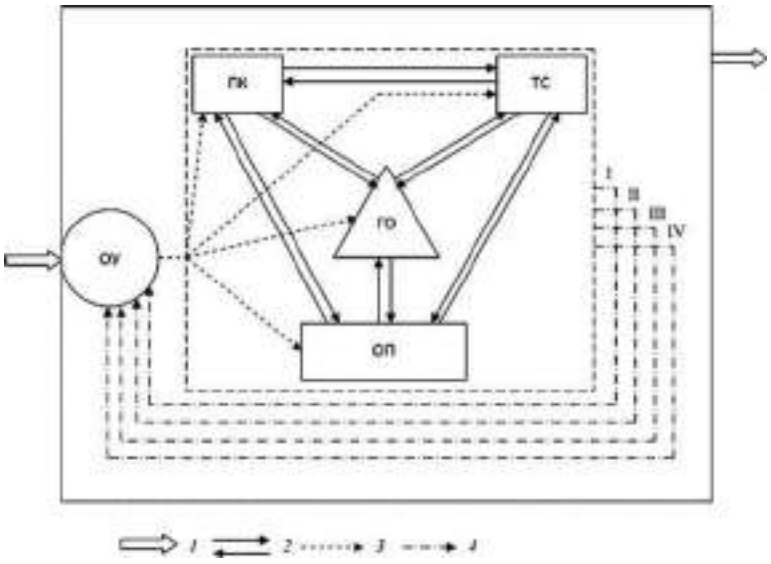
Источник: http://bryanskprom.ru/?p=4384

Тема 3.1. Территориальная туристская система



Источник:
https://rg.freesafety.ru/page84.html#:~:text=%D0%A2%D0%A0%D0%A1%20%E2%80%93%20%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%B8%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%2D%D0%B3%D0%B5%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0%2C,%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D

0%B0%D0%BD%D1%82)%20%D1%81%D0%BE%20%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%B8%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%BC%D0%B8%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8F%D0%BC%D0%B8



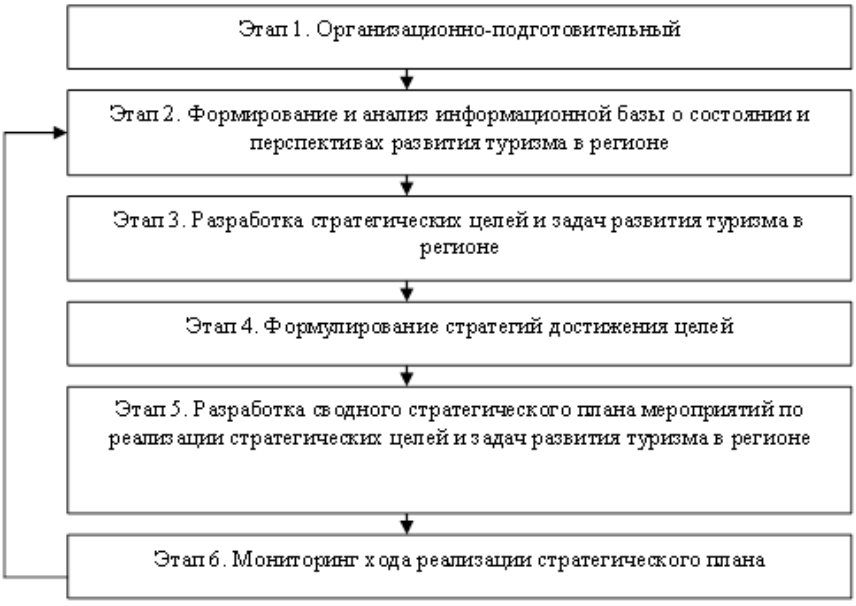
Источник: https://bstudy.net/692904/turizm/territorialnye_podsistemy_turizma_turistskie_destinatsii_klastery_osobye_ekonomicheskie_zony

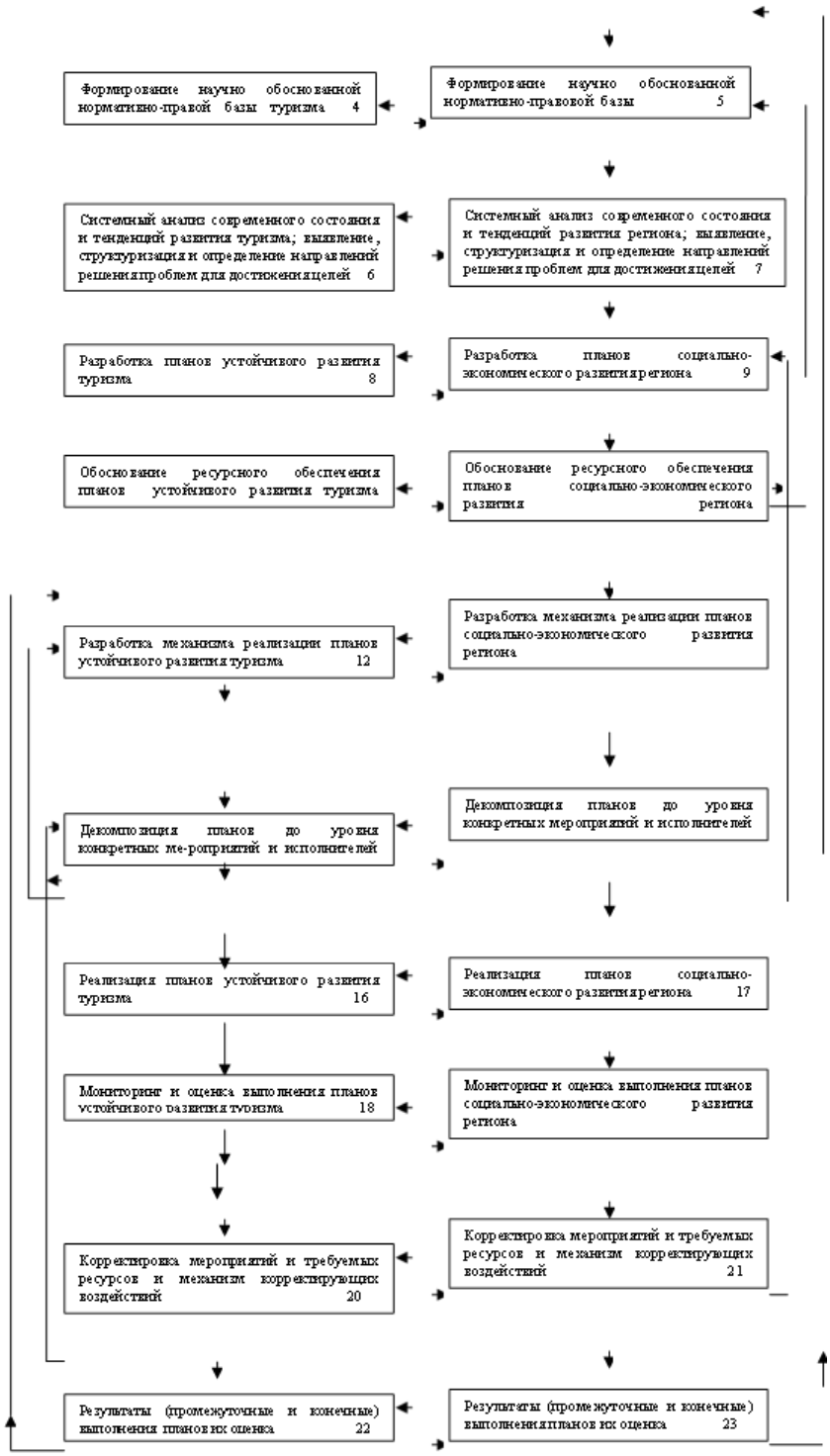
Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма

Источник: https://svetput.ru/articles/turizm/2022-07-28/rossiyane-nazvali-samye-uznavaemye-mery-natsproekta-turizm-i-industriya-gostepriimstva-2889186

Источник: https://ufa-welcome.ru/turizm/turistskie-turizmy-turizm-bolshaya-rossijskaya-entsiklopediya.html

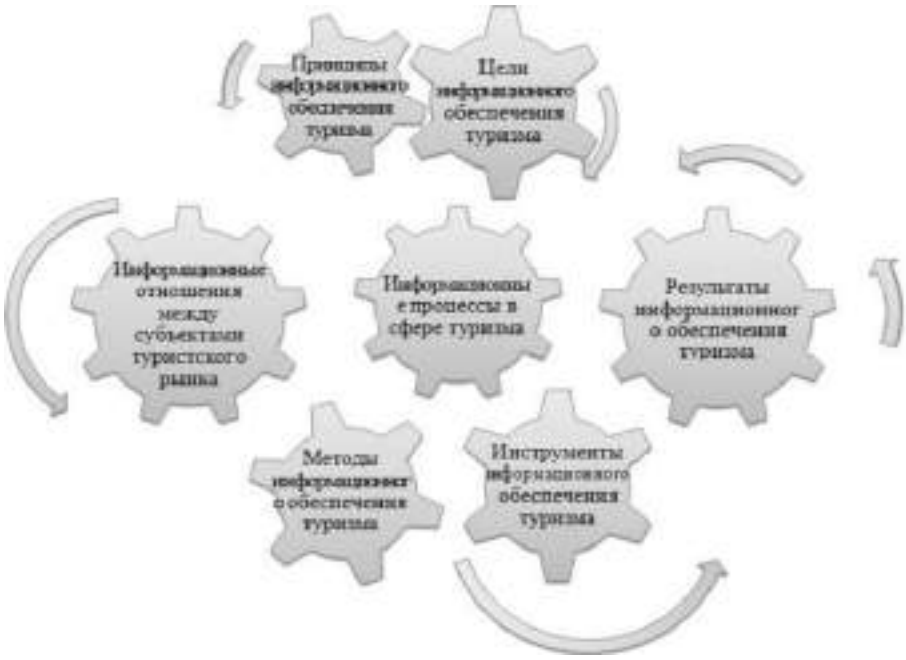
Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма и гостеприимства





Источник: https://studizba.com/lectures/turizm/regionalnoe-planirovanie-i-razvitie-turizma-i-gostinichnogo-hozyaystva/18741-osobennosti-strategicheskogo-planirovaniya-razvitiya-turizma-i-ego-mesto-v-sisteme-regionalnogo-upravleniya.html

Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма



Источник:
https://bstudy.net/698738/turizm/teoreticheskie_osnovy_sozdaniya_regionalnoy_sistemy_turistskih_informatsionnyh_tsentrov

Тема 5.1 Базовые основы функционирования гостиничного хозяйства

Источник: https://bstudy.net/688055/turizm/gostinichnoe_hozyaystvo_osobennosti_funktsionirovaniya_rossiyskoy_federatsii_rubezhom

Тема 5.2 Требования к проектированию общественной части гостиниц и иных средств размещения

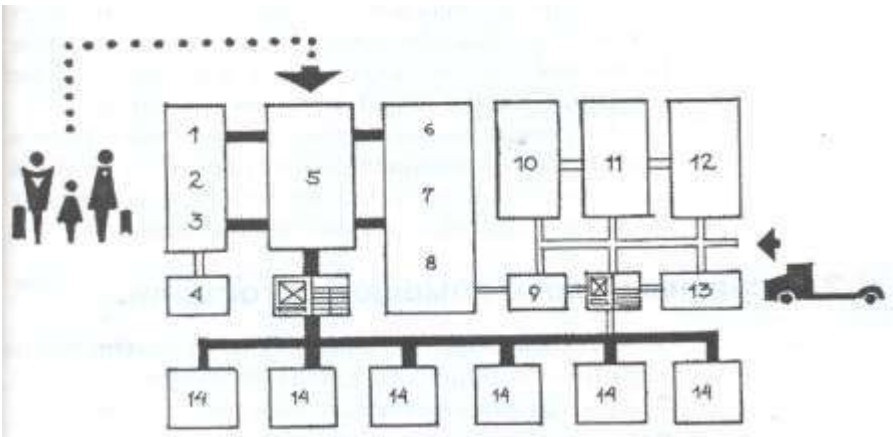


Рис. 5. Схема функциональной организации малой гостиницы:
1 – администрация, 2 – дежурный администратор, 3 – портье, 4 – телефонная станция, 5 – вестибюль, 6 – бар, 7 – зал для завтраков, 8 – буфет, 9 – раздаточная, 10 – заготовочные, 11 – склады, 12 – подсобные помещения, 13 – помещения персонала, 14 – номера

Источник: https://studopedia.ru/9_78758_funktsionalnaya-organizatsiya-zdaniy-gostinits.html

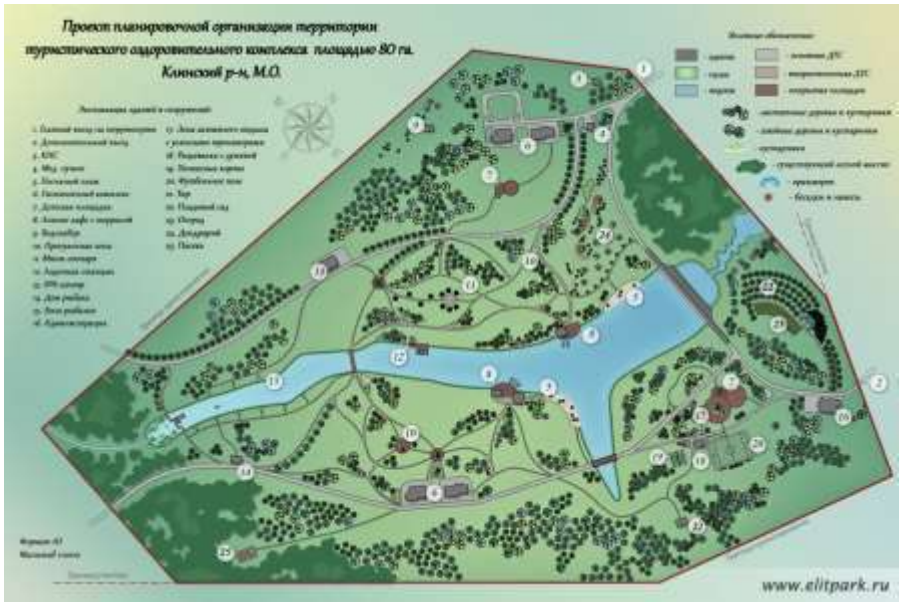
Источник: https://stroiteh-msk.ru/obzory/trebovaniya-k-inzhenernym-kommunikaciyam-v-mnogokvartirnom-dome.html

Тема 6.1 Организационные основы проектирования предприятий санаторно-оздоровительного типа

Источник: https://bstudy.net/692856/turizm/sanatorno_kurortnyy_kompleks_struktura

Источник: https://www.slideserve.com/alfreda-mayer/4

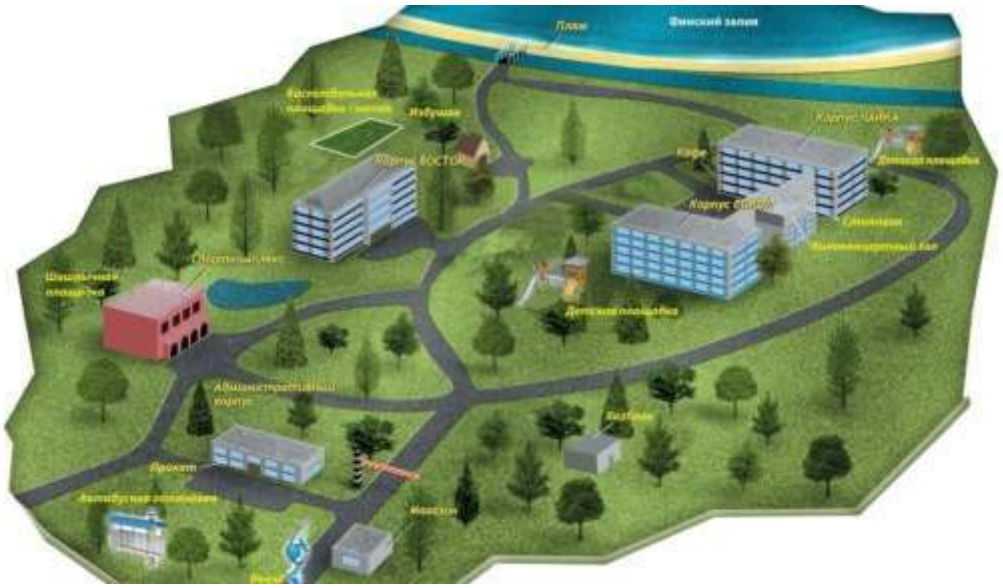
Тема 6.2 Разработка бизнес-плана предприятий санаторно-оздоровительного типа



Источник: https://www.elitpark.ru/ourservice/landproekt/zoneproekt

Источник: https://oroalbero.ru/biznes-plan-dlja-sanatorija-primer/

Тема 7.1 Проектное развитие санаторно-курортного учреждения



Источник: https://travelata.ru/russia/saint_petersburg/hotels/pansionat-vostok-6-vostok-6-3-09963a3.html?etext=2202.uOG5DrgcJSjjkqoqmbl3V7QeRyBvAEXiTvCPrHKeydnQBfiX2kty7E607K0xAZIoA_Twa8DL4gxiihI9TCmr3bgaxSfmW6bqStVO-YQWHvZpdW5uYnRsd2RpbWNjeGFr.13402a337edc22eb70cffcf1a9515b436aff238e

Источник: https://arx.novosibdom.ru/node/2799

Тема 7.2 Организация бизнес-системы санаторно-курортного предприятия

Источник: https://puteshestviya-otdyh.ru/sovety/biznes-plan-dlya-sanatorno-kurortnogo-kompleksa.html

Тема 8.1 Роль и значение инноваций как антикризисное управление

Источник: https://studopedia.ru/21_62954_rol-innovatsiy-v-antikrizisnom-upravlenii.html

Источник: https://mavink.com/post/4D81FA39E11333D5D88D0C8EEACB1149B7AM91D484

Источник: https://life-prog.ru/2_88058_innovatsii-kak-sredstvo-povisheniya-antikrizisnoy-ustoychivosti.html

Тема 8.2 Планирование инновационной программы в санаторно- курортном предприятии

Источник: https://voyagespb.ru/gostinichno-restorannyy-biznes/neobhodimost-innovatsionnoy-politiki-v-sanatorno-kurortnyih-sfere/

Источник: https://24simba.ru/zdorove-i-bezopasnost/20219-stadii-innovacionnogo-processa-vidy-harakteristiki-i-jetapy/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и

книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают

общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;

- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач.

Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **Рекреационное проектирование**
2. **Раздел 1. Основы планирования и туристско-рекреационного проектирования**
3. Цели занятия.

-Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие туристско-рекреационных ресурсов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Туристские активы и пассивы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 1.1 Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.

Введение

Туризм является важной отраслью экономики многих стран, включая Россию. Развитие туризма в регионах может стать мощным инструментом социально-экономического развития, позволяющим увеличить доходы населения, снизить уровень безработицы, развивать

инфраструктуру и повышать качество жизни. Однако, для успешной реализации туристического потенциала необходимо оценить туристские ресурсы, факторы и условия, конкурентоспособность территорий.

Оценка туристических ресурсов

Оценка туристических ресурсов является важным этапом в разработке туристической инфраструктуры. Туристические ресурсы могут быть различными, включая природные, культурные, исторические, рекреационные и другие. Однако, не все ресурсы могут быть использованы для развития туризма. Для определения наиболее привлекательных туристических ресурсов можно использовать различные методы, например, анализ социально-экономических показателей региона, опрос потенциальных туристов, изучение туристической потоков и другие. Например, для оценки природных ресурсов можно использовать метод кластеризации, который позволяет группировать схожие объекты и выявлять наиболее значимые с точки зрения туризма.

Оценка факторов и условий

Туризм – это сложная отрасль, которая зависит от многих факторов и условий. Оценка таких факторов, как транспортная доступность, наличие развитой инфраструктуры, уровень сервиса, условия проживания и др., играет важную роль в определении потенциала развития туризма в регионе. Зная сильные и слабые стороны, можно принимать управленческие решения, нацеленные на эффективное использование туристического потенциала. Современные методы оценки условий для туризма включают использование GIS-технологий, что позволяет пространственно анализировать данные и определять наиболее перспективные зоны для развития туризма.

Потенциал территорий

Потенциал территорий – это совокупность ресурсов, условий и возможностей, которые могут быть использованы для развития туризма. Оценка потенциала территорий может быть проведена на основе анализа туристических ресурсов и факторов, а также наличия социально-экономических и культурных ресурсов. При оценке потенциала территорий важно учитывать такие аспекты, как уровень инвестиций, наличие квалифицированных кадров, наличие инфраструктуры, координацию и соответствие государственным стратегиям развития.

Конкурентоспособность территорий

Конкурентоспособность территорий – это способность региона противостоять конкуренции других регионов, привлекая туристов на свою территорию. Оценка конкурентоспособности территорий может быть проведена на основе анализа многих факторов, таких как качество услуг, уровень цен, уровень комфорта, доступность, привлекательность региона и другие. Развитие туризма является не только важной целью социально-экономического развития, но и средством улучшения конкурентоспособности территории, включая улучшение качества жизни населения и продвижение региона на международном рынке туризма.

Заключение

Развитие туризма в регионах является важным направлением социально-экономического развития. Оценка туристических ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий является необходимым условием для эффективного использования туристического потенциала региона. Реализация этой задачи требует использования новых технологий и инструментов, таких как GIS-технологии, а также координированных усилий со стороны бизнес-сообщества и государства.

Источник: https://studfile.net/preview/5410148/

1. Что такое туризм и какие его виды вы знаете?

2. Какие организационно-правовые формы существуют в туризме?

3. Какое значение имеет лицензирование в организации туристической деятельности?

4. Какие права и обязанности имеют туристы при покупке туристических пакетов?

Тема 1.2 Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.

Туристические ресурсы – это природно-климатические, социокультурные, культовые и иные виды ресурсов территории, способные удовлетворить туристический интерес, создать туристическое впечатление и являющиеся фактором микросреды туризма.

В законе РБ «О туризме» определено, что туристические ресурсы – это природные, социально-культурные объекты, в том числе недвижимые материальные, историко-культурные ценности, удовлетворяющие духовные потребности туристов, экскурсантов и(или) содействующие укреплению и восстановлению их здоровья.

Общие свойства туристических ресурсов:

– они историчны, т.е. могут видоизменяться по мере роста туристических потребностей, технико-экономических и социальных возможностей. Например, становятся туристическими ресурсами (объектами туристического показа) болота, промышленные предприятия, старая техника, оборудование и др.

– они территориально, т.е. занимают большие площади; отдых как социально-экономическое явление уже сейчас требует территорий, почти равных используемым сельским и лесным хозяйством.

– они играют организующую роль, способствуя формированию особых туристических пунктов, районов и зон, имеющих ту или иную специализацию, набор туристических предприятий и систему туристических маршрутов.

Специфические свойства туристических ресурсов: целостность, динамичность, ёмкость, надежность, привлекательность, устойчивость и др.

Классификации туристических ресурсов

В первую очередь они делятся на две большие группы: непосредственные и косвенные.

К непосредственным относятся преимущественно природные и историко-культурные ресурсы, используемые самими туристами и отдыхающими (например, привлекательность ландшафта, оздоровительные средства местности, объекты познания).

Косвенные (социально-экономические) ресурсы привлекаются для освоения и использования непосредственных туристических ресурсов. Их подразделяют на материальные, технические, финансовые, трудовые и др.

По функциональному признаку туристические ресурсы делят на оздоровительные, познавательные и спортивные. При этом большое значение имеет природно-эстетическая ценность территории, усиливающая или, наоборот, снижающая функциональные качества. Познавательные свойства территории обусловлены природными и социально-культурными объектами (памятниками истории и культуры, музеями, национальными особенностями и традициями населения, уникальными объектами природы, культуры, промышленности).

Выделяют туристические ресурсы:

1) рекреационные:

– горноклиматические (горы, пещеры, водопады горных рек, места для альпинизма и т.п.);

– климатические (морские, речные, озёрные курорты и т.п.);

– бальнеологические (лечение минеральными водами, солями, грязями и т.п.);

– комплексные (несколько видов ресурсов: Анапа=море+грязи, Сочи, Кисловодск=минводы+горы);

– единичные природные объекты (отдельные объекты дикой природы, которые привлекают своей необычностью и уникальностью: скала Ред Рок в Австралии – самый большой камень в мире);

– антропогенно-рекреационные (сформированы на базе природных ресурсов с помощью человеческой деятельности (нац. парки, изображения президентов США, вырубленные в скале и т.д.).

2) социокультурные:

– исторические, археологические объекты (пирамида, развалины, раскопки);

– архитектурные объекты (памятники архитектуры и шедевры зодчества);

– научные, промышленные объекты (посещение известных лабораторий, заводов, фабрик и т.п.);

– объекты зрелищ и развлечений (концерты, чемпионаты, карнавалы, фестивали, казино и т.п.).

3) культовые: объекты, связанные с религией (святые места и т.п.).

объекты туристического интереса

Составной частью туристических ресурсов являются объекты туристического интереса.

Объекты туристического интереса – природные объекты, природно-климатические зоны, достопримечательности и иные объекты, способные привлекать туристов.

Объекты туристического интереса – достопримечательности, природные объекты и природно-климатические зоны, социокультурные объекты показа и иные, способные удовлетворить потребности туриста в процессе осуществления туристической поездки или путешествия, и потребления туруслуг, и(или) тура, в соответствии с прямыми или сопутствующими целями тура.

Но, чтобы эти объекты реально использовать в целях туризма, необходимы надлежащая инфраструктура и индустрия туризма, которые обеспечат: доведение до туриста необходимой информации о данном туристическом объекте, достаточной для уверенной мотивации выбора путешествий именно в эту местность и к этому объекту; комфортную и безопасную доставку туриста к этой местности; размещение; питание; развлечения; рекреацию.

Характерные черты объектов туристического интереса:

– способность объектов привлекать к себе внимание людей, вызывать у них желание (посмотреть, потрогать, ощутить) и чувства (восторг, восхищение, удовольствие);

– объекты могут быть природные и созданные руками человека (антропогенные);

– объект обычно известен так, чтобы потенциальный турист имел представление о месте его расположения и его особенностях;

– объект туристического интереса должен быть расположен так, чтобы турист мог безопасно и с максимальным комфортом добраться до него, поесть, развлечься вблизи него (т.е. туристический объект должен быть оснащен развитой инфраструктурой туризма).

Основой использования туристических ресурсов и туристических объектов служат туристический интерес и туристическое впечатление.

Туристический интерес – перспектива получения туристом объективной информации, положительных эмоций и (или) потенциальная возможность удовлетворения планируемой потребности туриста в конкретной, частично известной туруслуге, товаре и турпродукте, основанных на определенном комплексе туристических ресурсов.

Под туристическим впечатлением следует понимать комплекс эмоций, обычно положительных, душевного и физического состояния туриста, возникший или достигнутый им в результате потребления туристических услуг (работ), приобретения туристических товаров.

Там, где нет каких-либо туристических ресурсов, туризма не может быть в принципе

Туризм основан на целевом и разумном использовании туристических ресурсов, суть которых – объекты туристического интереса, потенциально способные удовлетворять потребности людей, возникающие в процессе туризма.

Туристические ресурсы создают возможность расширения производства туристического продукта, определяемую активами, запасами, внутренними резервами туристического предприятия, а также природными и социальными условиями: совокупностью

природных, оздоровительных, культурных и иных ресурсов, способных удовлетворять различные запросы и потребности туристов.

Туристические ресурсы доступны для ознакомления и использования независимо от формы собственности, если к тому нет установленных законом ограничений.

Туристические ресурсы количественно ограничены и качественно дифференцированы, следовательно, выступают как экономическое благо, товар, требующий значительных затрат на воспроизводство. В экономическом плане это – факторы производства туристического продукта, так как их дифференциация порождает различия в результатах хозяйственного использования.

Туристические ресурсы – национальное достояние. Однако часть из них, имеющих особое значение, отнесена к объектам и памятникам мирового значения. Такой перечень устанавливает и ежегодно обновляет ЮНЕСКО. Все памятники культуры и природные объекты находятся под охраной государства, на поддержание и сохранение памятников и объектов всемирного значения выделяются также средства ООН.

Источник:
https://studme.org/331382/turizm/turistskie_resursy_vidy_turizma
https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-resursy-i-ih-znachenie-pri-otsenke-turistskogo-potentsiala-regiona

Взаимодействие с аудиторией:

1. Как оценить потенциал территории для организации туризма?
2. Какие факторы могут повлиять на конкурентоспособность туристической территории?
3. Как провести оценку туристских ресурсов территории?

1. **Рекреационное проектирование**
2. **Раздел 2. Процессы в управлении туристско-рекреационными проектами**
3. Цели занятия.

-Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Обзор стандартов профессионального управления проектом.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Характеристики жизненного цикла инновационной программы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Матрица работ по управлению проектом.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 2.1 Базовые учения и концепции территориальной организации туризма.

Введение

В настоящее время туризм является одной из наиболее быстроразвивающихся отраслей экономики. Стремительный темп развития туризма требует комплексного подхода к его организации, включающего как правовые, экономические, организационные, так и социальные и экологические аспекты. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма играют ключевую роль в обеспечении устойчивого развития туризма как экономической отрасли.

Основные понятия и определения

Территориальная организация туризма – это комплекс мероприятий, направленных на управление интегрированным туристическим продуктом на территории.

Интегрированный туристический продукт – это совокупность услуг, предоставляемых на территории, и направленных на удовлетворение потребностей туристов.

Ключевые учения и концепции территориальной организации туризма:

В развитии территории важен не только рекреационный потенциал как таковой и даже не туристский потенциал, а в большей степени обеспеченный туристский поток. Поэтому, основной вопрос заключается в том, как и каким образом адаптировать рекреационный потенциал территории для эффективного туристского использования и обеспечить, таким образом, стабильный туристский поток. Другими словами, как конвертировать рекреационный потенциал в кинетику туристского движения. Ориентация на кластерный подход в организации туристско-рекреационного пространства, экономики производства и услуг, позволит определить место и роль каждого субъекта кластера и, таким образом, выявить пути максимального повышения конкурентоспособности всех его участников. Успешное развитие территории потребует альянса ученых и практиков разных уровней. Управление развитием территории, комплексный характер формирования услуг, связанность и интеграция социально-экономических процессов неизбежно приведут к необходимости тесного и разнообразного межотраслевого взаимодействия, которое и создаст предпосылки для развития туристско-рекреационного пространства на основе использования кластерных подходов. Для

дальнейшего развития территории потребуются новые технологии управления, которые должны системно воплотиться в региональных стратегиях формирования конкурентоспособных туристско-рекреационных кластеров. Использование кластерных технологий в территориальной организации туристско-рекреационного пространства позволит не только создать оптимальную, упрощенную и выгодную систему доступа к финансовым (инвестиционным) ресурсам для своих участников и партнеров, но и будет способствовать реализации возможностей устойчивого, а не инерционного развития территории.

Концепция устойчивого развития – приоритетный принцип управления территориальным развитием туризма, основанный на сохранении и сохранении природных, культурных и исторических ресурсов территории для будущих поколений.

Концепция целевой территориальной организации – принцип организации туризма, основанный на анализе потребностей и возможностей территории и установлении определенных целей для ее развития.

Концепция геокультурно ориентированного туризма – способ организации туризма, который уделяет особое внимание уникальным культурным и географическим чертам территории и направлен на обеспечение культурного и образовательного опыта туристов.

Базовые принципы организации территориальной организации туризма:

1. Учет потенциала территории – описывает принцип оценки ресурсов и возможностей территории для развития туризма.

2. Учет специфики территории – описывает принцип адаптации мероприятий территориальной организации туризма под особенности территории.

3. Поддержка биоразнообразия – описывает принцип сбережения природных ресурсов и учет их экологической ценности.

4. Принцип респектабельности –

описывает необходимость уважительного, вежливого и доброжелательного отношения к туристам, при этом нацеленном на сохранение и поддержание репутации территории.

5. Принцип учета потребностей конечного потребителя – описывает необходимость экспериментирования с различными видами инфраструктуры и услуг, чтобы обеспечить удовлетворение потребностей туристов.

6. Принцип интеграции – определяет необходимость совместного управления туристическими ресурсами на территории и дальнейшего развития взаимодействия между различными заинтересованными сторонами в регионе.

Заключение

Базовые учения и концепции территориальной организации туризма играют важную роль в обеспечении устойчивого развития туризма как экономической отрасли. Реализация этих

концепций и принципов направлена на создание устойчивого и конкурентоспособного туристического продукта, соответствующего потребностям и ожиданиям туристов.

Источник:

1. Баранецкий А.Ю. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма // Известия Калининградского государственного технического университета. -2016. -№2.-С.95-99. https://cyberleninka.ru/article/n/bazovye-ucheniya-i-kontseptsii-territorialnoy-organizatsii-turizma

2. Министерство культуры и туризма Российской Федерации. Концепция развития туризма в России до 2020 года. 29 ноября 2014. http://нзмек.рф/images/lenta/novosti_2014/novoe_2014/06.12.2014/Концепция_развития_туризма_в_России_до_2020_года.pdf

3. Mariani M.M., Buhalis D., Longhi C. Tourism Management in the 21st Century: Lessons from Experience. – Routledge, 2014. – 256 p. https://www.routledge.com/Tourism-Management-in-the-21st-Century-Lessons-from-Experience/Mariani-Buhalis-Longhi/p/book/9780415832716

Взаимодействие с аудиторией:

1. Какие базовые учения используются в территориальной организации туризма?
2. Какие концепции используются в территориальной организации туризма?
3. Как важны базовые учения и концепции для успешной территориальной организации туризма?

Тема 2.2 Формы территориальной организации туризма.

Введение

Туризм – это сектор экономики и его развитие приносит значительный экономический рост разным регионам. Формы территориальной организации туризма играют важную роль в развитии этого сектора. В данном докладе рассмотрим основные формы территориальной организации туризма и их особенности.

1. Региональный туризм

Региональный туризм – это форма организации туризма в данном регионе. Это может быть один город, округ или территория, которая имеет уникальные туристические достопримечательности. Региональный туризм – это форма организации туризма, которая черпает свою силу в том, что регион предлагает уникальный опыт посещения.

Региональный туризм может быть организован как фестиваль, поездка или любая другая форма туризма, которая может быть связана с этим регионом. Например, Гранд Каньон – это яркий пример успешного регионального туризма, где многие посетители едут именно для того, чтобы увидеть каньон своими глазами.

2. Национальный туризм

Национальный туризм – это форма туризма, которая поощряет путешествия внутри страны. Цель национального туризма – развивать отечественный туризм и, как следствие, экономику страны, включая малые города и провинции.

Для организации национального туризма создаются отдельные маршруты и туристические пакеты, которые могут включать различные виды развлечений – от экскурсий, музеев и галерей до обзорных автобусных туров и различных мероприятий.

3. Международный туризм

Международный туризм – это форма организации туризма, которая привлекает иностранных туристов. Эта форма туризма делает акцент на уникальные культурные и природные достопримечательности, которые становятся главными магнитами для туристов.

Международный туризм организовывается крупными туроператорами или агентствами, которые предоставляют готовые туристические пакеты и услуги. Они выбирают популярные места для посещения и обеспечивают на свой страх и риск максимально комфортное путешествие.

4. Международный туризм внутри зоны свободной торговли

Международный туризм внутри зоны свободной торговли – это форма туризма, которая организована внутри зоны свободной торговли (ЗСТ). В ЗСТ существует свободный обмен товарами и услугами между странами-участниками. Это даёт возможность привлекать иностранных туристов в эту зону, за счёт торговых сделок и других экономических достижений.

Также, внутри зон свободной торговли может быть создана благоприятная среда для бизнеса и различных инвестиций, которые будут привлекательны для иностранных туристов. Эта форма туризма может стать драйвером экономического роста внутри зоны.

5. Экотуризм

Экотуризм – это форма туризма, которая фокусируется на природных достопримечательностях. Его цель – познакомить туристов с природным миром и при этом сохранив его в первозданном виде.

Также, экотуризм – это форма туризма, основанная на экологических принципах, защищая местную культуру и общество, и минимизируя отрицательное влияние туризма на окружающую среду. Экотуризм может быть организован как в местах, где есть заповедники и парки, так и в местных деревнях или группах населения.

Заключение

В заключение, формы территориальной организации туризма – это набор стратегий и методов, созданных для развития туристических отраслей. Варианты регионального, национального, международного, экотуризма и международного туризма внутри зоны свободной торговли созданы для привлечения туристов в различных местах мира. Каждая из форм имеет свои сильные и слабые стороны, и они должны быть учитываться при разработке стратегий туризма.

Территория, где предлагается комплекс услуг, не всегда имеет четко выраженные границы. Это может быть и часть региона, и туристский центр, где имеется вся необходимая материальная база для организации отдыха и размещения туристов. Такая территория может охватывать какую-либо область, страну и даже группу стран, которые турист выбирает как цель своего путешествия.

Есть несколько подходов к определению туристского региона, связанных с ответом на следующие вопросы: как определить территорию, которую выбрал турист для путешествия, и какой размер территории воспринимается различными рыночными сегментами как цель путешествия?

ВТО определяет туристский регион как территорию, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления. Из данного определения следует вывод о том, что туристский регион, для того чтобы считаться самостоятельным, должен иметь все необходимые сооружения для пребывания в нем туристов, то есть туристский регион определяется как место, располагающее туристскими сооружениями и услугами, которые выбирает турист или группа туристов и которые продаются производителем услуг. Таким образом, туристский регион – это цель путешествия и туристский продукт.

Понятие «региональный туризм» получило распространение в мире туризма в 90-х годах XX века, когда традиционная практика путешествий по одной стране стала дополняться поездками в несколько соседних государств и, параллельно с национальными туристическими

пространствами, появились региональные. Региональный туризм способствует процессу интеграции соседних государств, создавая новые туристические, экономические и даже политические альянсы. Регионализация туризма чрезвычайно благоприятна для развития туристической отрасли стран региона, позволяя привлечь большее количество путешественников в страны и стимулируя устойчивое развитие здесь туристической индустрии. Существуют различные формы региональных туристических поездок. Самыми распространенными из них являются:

а) Туристический треугольник, когда туристы в рамках одной поездки посещают три соседние страны. Так, большинство путешествий в центрально азиатском регионе состоят из комбинированных туров: Узбекистан – Туркменистан – Таджикистан с посещением Пенджикента или Узбекистан – Казахстан – Кыргызстан с посещением Иссык-Куля.

б) Кольцевые путешествия, когда туристу предлагается посетить одновременно несколько соседних стран региона, начав путешествие из одной страны и сюда же возвратившись в конце поездки. К примеру, основные поездки тайваньских туристов в центрально азиатском регионе проходят по маршруту Узбекистан – Таджикистан – Туркменистан – Кыргызстан – Казахстан – Узбекистан.

в) Транснациональные туры, когда путешествие начинается в одной стране и завершается в третьей, четвертой или пятой стране, пройдя насквозь через территории стран. К такому туру можно отнести, к примеру, маршрут, начинающийся в Армении, проходящий через территорию Грузии и завершающийся в Азербайджане. Грандиозным транснациональным туром по Шелковому пути является путешествие, начинающееся в Армении и проходящее через территории Грузии, Азербайджана, Туркменистана, Узбекистана, Таджикистана, Кыргызстана, Казахстана и завершающийся в Китае.

г) Радиальные путешествия, когда иностранные туристы базируются в одной стране и совершают одно- двух- трехдневные путешествия в соседние страны.

Источник:

1. "50 Forms of Tourism" by Rosanna Richter - https://www.slideshare.net/RosannaRichter/50-forms-of-tourism

2. "Eco-Tourism: Next Steps" by The Economist - https://www.economist.com/science-and-technology/2019/04/04/eco-tourism-next-steps

3. "Developing a National Tourism Strategy - Guidelines" by UNWTO - https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284402836

4. "International Tourism" by OECD - https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/16051408-chapter-6-en.pd

Взаимодействие с аудиторией:

1. Как происходит планирование и организация туристической поездки?
2. Каким образом определяется маршрут следования туристической группы?
3. Какие аспекты необходимо учитывать при выборе места временного размещения туристов?

1. **Рекреационное проектирование**
2. **Раздел 3. Специфика и технологии разработки региональных туристско-рекреационных программ**
3. Цели занятия.

-Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность территориальных туристских систем, эволюция подходов к исследованию.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Подходы к исследованию территориальных туристских систем.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Территориальная туристская система как комплексное общественно-природное образование.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 3.1. Территориальная туристская система.

Туризм как деятельность человека, связанная с перемещением в пространстве, постоянно оказывает влияние на все без исключения территории, которые посещают туристы. Туризм всегда связан с ресурсами, структурой и развитием определенной территории, независимо от ее размеров. Территориальные подсистемы — это географические пространства, обладающие целостным единством разнообразных видов взаимозависимых элементов, связанных общими процессами. В границах этого пространства складываются экономические, социальные и другие взаимоотношения между хозяйствующими субъектами, предпринимателями, различными группами населения, местными органами власти и посетителями (туристами). Территория привлекает туриста своей специфической характеристикой, самобытностью, а во многих случаев искусственно созданным образом. Поэтому в общей туристской системе следует различать многочисленные территориальные (географические) подсистемы, которые приобрели и обладают автономными свойствами открытых систем, но служат общему делу — развитию туристской деятельности.

Ключевым элементом туризма как системы является территория, которая привлекает туристов, куда они совершают свою поездку и где проводят какое-то время. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов. В

современной теории туризма такие территории со сформированной туристской системой принято называть — туристские дестинации. Само слово «дестинация» в переводе с английского означает «местонахождение; место назначения».

В конце 1970-х гг. профессор Н. Лейпер (Австралия), с учетом того, что туристская система функционирует в окружающей среде и взаимодействует с ней, предложил свое видение географической структуры туристской системы
Согласно модели, Н. Лейпера структура туристской системы включает территорию постоянного проживания посетителя, транзитную территорию и туристскую территорию (дестинацию), которые связаны устойчивыми маршрутами следования посетителей.

В свое время эта модель получила широкую известность, и до сих пор некоторые исследователи туризма используют ее в качестве базовой в своих работах. Однако в настоящее время в связи с развитием авиационных маршрутов и скоростного железнодорожного движения, роль транзитной территории является не столь актуальной, стирается грань между спецификой территории постоянного проживания путешественника и территорией дестинации. Сегодня в период активного развития международного и внутреннего туризма каждая из упомянутых территорий является или в ближайший период времени может стать туристской дестинацией. В 90-х годах XX века термин дестинация стал официальным термином в сфере туризма. Всемирная туристская организация (UNWTO), ввела в своих документах следующее официальное определение: «дестинация — физическое пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой. Оно включает туристские продукты, такие как услуги и аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия. Это пространство имеет физические и административные границы, определяющие способ его управления, образы и перцепции, определяющие его рыночную конкурентоспособность».

Во второй половине прошлого века в Советском Союзе развивалась отрасль экономической географии — рекреационная география, которой было сформулировано понятие территориальной рекреационной системы (ТРС).

Под территориальной рекреационной системой авторы отечественной рекреационной географии понимали социальную географическую систему, состоящую из следующих взаимосвязанных подсистем:

? природных и культурных комплексов;
? технических сооружений (инженерных сооружений);
? обслуживающего персонала;
? органа управления;
? отдыхающих (рекреантов).
Территориальные рекреационные системы характеризовались функциональной и территориальной целостностью.
В наше время под аббревиатурой ТРС понимают территориально рекреационные системы разной сложности, состоящие из территориального единства рекреантов, природно-культурного комплекса, инженерных рекреационных объектов, обслуживающего персонала и систем управления.

Размещение ТРС в пространстве определяется природными условиями, культурно-историческими ресурсами, уровнем социально-экономического развития территории. В

силу пространственной неоднородности перечисленных факторов ТРС размещаются неравномерно.

Таким образом, в 70—80 х годах сформировалось несколько представлений о пространственной организации туристской сферы. Причем концепция ТРС не противоречит концепции туристских дестинаций. Они дополняю друг друга.

В современной российской и мировой науке о туризме и рекреации сложилось комплексное социальное, географическое, экономическое и философское понимание дестинации. Но при этом до сих пор этот вопрос остается дискуссионным и единого устраивающего всех определения так и не сформировано. В нормативно-правовых актах Российской Федерации понятие «дестинация» не определено. Ниже нами приведены некоторые сложившиеся в российских научных школах формулировки.

Дестинация — место (территория) посещения, привлекающее туристов своими специфическими природными и рекреационными ресурсами, достопримечательностями, историческим и культурным наследием (Новиков В.С.).

Туристская дестинация — это географическая территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов, удовлетворяющая следующим условиям: наличие определенного набора услуг, необходимых для принятия туристов, причем, это должен быть именно тот набор услуг и обязательно такого качества, которые турист ожидает, приобретая предлагаемый ему туристский продукт; доступность; наличие информационных систем, которые являются необходимым инструментом деятельности дестинации на туристском рынке (Морозов М. А.).

Туристская дестинация — это место, имеющее реальную или умозрительную границу, такую как физическая, политическая или рыночная граница, привлекающее туристские потоки за счет собственных аттрактивных возможностей (Е.В. Аленова).

Туристские дестинации — это страны, регионы, города и другие территории, которые выбирают для посещения туристы и которые являются результатом воздействия их деятельности (Гончарова Н.А.).

Таким образом, концепция туристской дестинации основана на следующих утверждениях:

?, во-первых, туристская дестинация может рассматриваться как специфичный продукт, поскольку совокупность реализуемых в ее пределах туристских услуг обладает потребительской и меновой стоимостью;
? во-вторых, коммерческий успех той или иной дестинации определяется социально-экономическими, политическими и другими внешними условиями как в самой туристской дестинации, так и на сбытовых территориях и транзитных регионах.
Каждой дестинации свойственны свои специфические особенности, но все же можно выделить и шесть общих:

1) дестинация обладает туристским ресурсным потенциалом;
2) современная туристская дестинация является управляемой системой, имеющей определенные органы государственного и общественного управления, определяющие общую политику развития, формирующие инвестиционный климат, регулирующие правила перемещения туристских потоков;

3) дестинация представляет собой культурную ценность: посетители должны считать дестинацию привлекательной и заслуживающей времени и денег, потраченных на путешествие, таким образом, важно с помощью управления поддерживать отличительные характеристики дестинации, чтобы не получался «унифицированный туристский ландшафт»;
4) дестинация неразделима, т.е. для потребления туристского продукта туристы должны физически присутствовать в том месте, где он непосредственно производится;
5) услугами и удобствами дестинации пользуются не только туристы, но и другие люди: местные жители и работники, обслуживающие данную дестинацию. таким образом, предприятия дестинации не могут быть ориентированы только на местных жителей или только на туристов, они должны ориентироваться на тех и других;
6) туризм является важным экономическим фактором региональной экономики, поэтому дестинации играют определенную роль в социально- экономическом развитии региона.
Таким образом, в этом учебном пособии мы будем придерживаться следующего понимания: Туристская дестинация — это управляемая социально-экономическая территориальная система, обладающая туристским ресурсным потенциалом, представляющим конкурентоспособную потребительскую ценность и устойчиво привлекающая туристские потоки.

Организация туристской деятельности на конкретной территории обусловлена ее обустройством, освоением, управлением и населением. Развитие территории, наличие и сохранение природных, исторических и культурных ценностей, стимулирует туристскую деятельность, а туристская деятельность, в свою очередь, при правильной организации, способствует улучшению качества жизни населения. Это взаимосвязанный и взаимозависимый процесс. Такие территории представляют собой жизненное пространство местного населения и одновременно туристское пространство. Турист, находясь в выбранном им месте краткий период времени, имеет определенные цели посещения, связанные с бизнесом или проведением свободного времени, оценивает свою деятельность, потребляемые услуги и впечатления по определенным параметрам. Человек, постоянно проживающий на территории, имея другие цели, связанные с различными аспектами жизни, на основании множества своих параметров оценивает динамику уровня жизни и ее качество.

Сосуществование туристов и местных жителей в определенный временной период приводит к столкновению интересов при использовании туристских ресурсов, производстве и реализации туристского продукта. Если турист ощущает недоброжелательное отношение местного населения, то, независимо от качества полученных туристских услуг, это отрицательно скажется на его желании вновь посетить данную территорию и рекомендовать ее для посещения своим знакомым. Когда у одной или обеих сторон появляется чувство (более или менее поддерживаемое реальным положением вещей) необходимости борьбы за завоевание ограниченных и связанных условий использования территории, возникает необходимость обеспечения баланса интересов туристов и местного населения в области их потребностей и желаний для того, чтобы избежать конфликтных ситуаций и обеспечить устойчивое развитие территории.

Это и является главной целью территориальной подсистемы. Являясь составной частью экономической и социальной структуры конкретной территории, туристская деятельность развивается совместно с этой структурой — ее развитие обусловлено и ограничено возможностями этой структуры.

Источник:
https://bstudy.net/692904/turizm/territorialnye_podsistemy_turizma_turistskie_destinatsii_klastery_osobye_ekonomicheskie_zony

Взаимодействие с аудиторией:

1. Что такое территориальная туристическая система?

2. Какие элементы входят в территориальную туристическую систему?

3. Как важна территориальная туристическая система для успешной организации туризма?

Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма.

Территориальные системы рекреации и туризма: понятие и сущность. В отечественной рекреационной географии обоснована теория территориальных рекреационных систем как предмет научного исследования и одна из основных форм организации отдыха и туризма. Вся система понятий этого научного направления базировалась на антропоцентрическом характере систем рекреации и туризма, что означает замыкание всех системных связей на потребности туриста. На этой методологической основе были разработаны принципы оценки рекреационного спроса, природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов, инфраструктуры, обеспечивающей функционирование и развитие рекреационных районов.
Основы этой теории появились еще в до рыночную эпоху России. Этим объясняется слабость экономических и управленческих аспектов туризма. Недоработанными оказались многие прикладные вопросы организации и информации в области туризма и рекреации. Существует большое количество определений данных понятий. Учение о рекреационных системах, разработанное профессором В.С. Преображенским еще в 1960-х гг., было центральным во всех научных исследованиях, посвященных такому многогранному явлению, как рекреация.
При этом понятие «рекреационная система» для подобного рода исследований считается базисным. **Рекреационная система** — сложная социально управляемая (частично самоуправляемая) система, центральная подсистема которой — субъекты туризма, а целевая функция — наиболее полное удовлетворение их рекреационных потребностей.
Рекреационная система состоит из взаимосвязанных подсистем: отдыхающих, туристов, природных комплексов, материальной базы и рекреационной инфраструктуры, обслуживающего персонала и органа управления. **Природный комплекс** — взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание природных объектов и явлений — выступает не только как ресурс, но и условие удовлетворения рекреационных потребностей людей. Специфическими характеристиками природных комплексов считаются их емкость, устойчивость, комфортность, разнообразие, привлекательность. **Группа отдыхающих** характеризуется параметрами поведения, описываемыми с помощью циклов рекреационных занятий. Отношения с другими подсистемами дифференцируются в зависимости от социальной, возрастной, психологической, национальной, профессиональной, региональной и индивидуальной избирательности определенных групп людей, условий и ресурсов туризма.
Технические системы обеспечивают обычную жизнедеятельность отдыхающих и обслуживающего персонала и удовлетворяют специфические туристские потребности туристов. **Обслуживающий персонал** с помощью технических систем производит, собирает, сохраняет и доставляет отдыхающим комплекс услуг, удаляет и утилизирует

отходы. **Орган управления** сопоставляет информацию о мере удовлетворения потребностей туристов с информацией о состоянии других подсистем, материальных и финансовых резервов, принимает хозяйственные решения.
Свой взгляд на особенности структуры рекреационной системы предлагают Л.Г. Лукьянова и В.И. Цыбух (рис. 3.1)
У территориальной рекреационной системы отношения между элементами опосредованы территорией. К одному из основных типов территориальных рекреационных систем относятся **агломерации,** возникающие на базе крупного туристского центра с обширной площадью зоны урбанизации, поглощающей смежные населенные пункты.

Туристские агломерации отличаются высшей степенью концентрации объектов индустрии туризма, а также большой плотностью туристов и экскурсантов и высокой степенью комплексности и интеграции индустрии туризма; оказывают значительное влияние на окружающую территорию, видоизменяя ее экономическую структуру и социальные аспекты жизни населения. Примеры туристских агломераций: Сочи, Лазурный Берег, Балеарские, Канарские, Сейшельские острова, Кавказские Минеральные Воды, Коста-Брава, Коста-дель- Соль, Долина Луары, Иль-де-Франс, Майами, Акапулько, Калифорнийское побережье и т.д.

Рис. 3.1. **Структура рекреационной системы**
Классическое определение принадлежит автору учения о территориальной рекреационной системе (ТРС) В.С. Преображенскому. Он определил территориальную рекреационную систему как социальную географическую систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем: природных и культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала и отдыхающих, характеризующуюся функциональной и территориальной целостностью. Он первым представил графическое выражение своих идей — базисную модель рекреационной системы (рис. 3.2).
Несколько отличное определение дает Т.В. Николаенко. Территориальная рекреационная система — форма организации рекреационной деятельности на определенной территории, благодаря которой достигается максимальная взаимосвязь, пространственная и функциональная координация различных подсистем, участвующих в реализации рекреационной функции данной территории. Фактически ТРС как форма организации рекреационной деятельности — явление крайне редкое, но очень важное для интенсивного освоения определенной территории. Создание на интересующей территории ТРС гарантирует максимальную рекреационную освоенность в минимальные сроки. В целом же ТРС — лишь крайняя форма территориальной

организации рекреации. В большинстве случаев освоение территории в рекреационных целях не достигает подобного уровня.

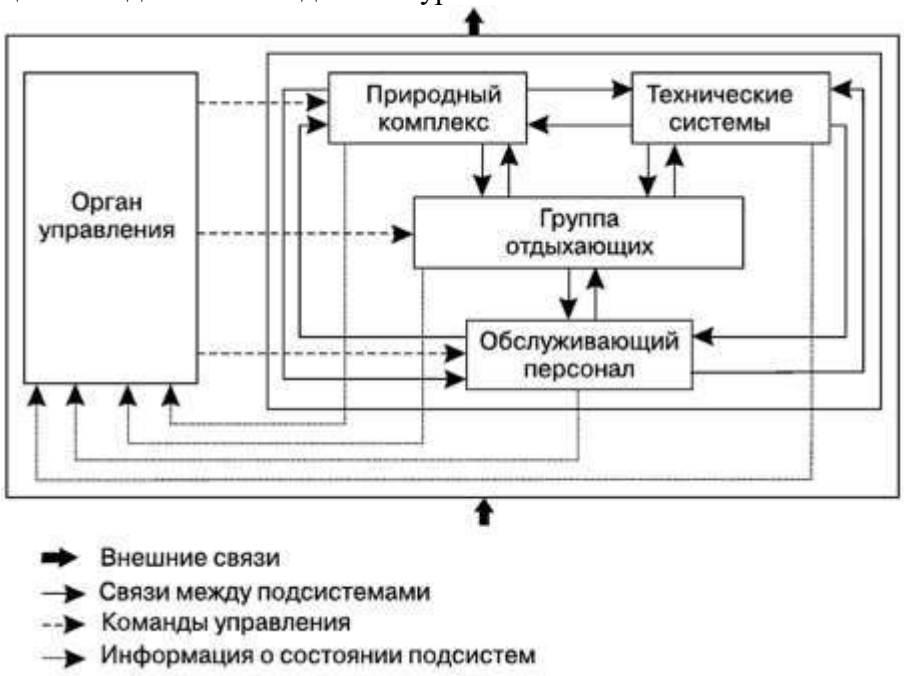


Рис. 3.2. **Базисная модель рекреационной системы**

Основные подсистемы территориальных систем рекреации и туризма. Целостность системы определяется ее функциями в жизни человека, группы, общества, положением в социально-экономической и демоэкологической суперсистеме. Системообразующей связью выступает рекреационная деятельность как отдыхающих, так и организаторов отдыха. Рассмотрим теперь подсистемы рекреационной системы более подробно.

Отдыхающие. Центральный элемент рекреационной системы, определяющий сам факт ее возникновения и развития. С позиций социологии и экологии — это событийная группа, т.е. обязанная своим существованием некоторому событию — в данном случае возникновению свободного от непреложных занятий времени. На характер потребностей, избирательность к видам, формам и условиям рекреационной деятельности влияют принадлежность человека к определенной социальной и национально-этнической группе, его культурная ориентация, условия и образ жизни, предшествующий опыт рекреационной деятельности, имеющаяся информация о возможностях удовлетворения потребностей и реальная (доступная) сеть рекреационных учреждений и мест отдыха.

В последнее время внимание привлекается не только к социопсихологическим и культурно-психологическим, но и к группам, выделяющимся по специфике темперамента, мобильности психики. В этом видится стремление приблизиться к самой личности отдыхающих. Предложены десятки классификаций подобных групп. Так, в типологии, разработанной У. Шелдоном, учитываются взаимосвязи людей с природой. Им выделены следующие типы:

эктоморфный — отличается стремлением сосредоточиться на своем внутреннем состоянии, воспринимать окружающий мир исходя из своего настроения, а не таким, каков он на самом деле;

мезоморфный — характеризуется любовью к природе как источнику оптимизма, месту деятельности; для них природа — объект воздействия;

эндоморфный — релаксирующий, чувственный, открытый для восприятия природы, чувствующий ее основные аспекты — физические и эстетические.

Таким образом, подсистему «отдыхающие» составляет множество гетерогенных групп, отличающихся как потребностями, так и ценностными установками их удовлетворения, различным восприятием элементов других подсистем и других групп отдыхающих.

Важнейшими общими чертами группы отдыхающих выступают избирательность, способность к адаптации, самоорганизация. *Избирательность* определяется как формирование отдыхающими своего отношения к другим подсистемам и малым группам самой подсистемы на основе не просто информации, а оценочных суждений в обстоятельствах гораздо большей свободы выбора, чем в условиях труда. Основу этого свойства составляет различие требований к условиям деятельности. *Адаптацией* называют процесс приспособления к изменяющимся свойствам каждой из подсистем, их комбинациям с помощью психофизиологических, поведенческих и социокультурных механизмов. Одно из свойств подсистемы «отдыхающие» — тенденция к *самоорганизации* малых партнерских групп, выступающих ячейками самоорганизованной деятельности, которая по мере развития рекреационной культуры населения и совершенствования рекреационных систем получает возможность проявляться все в большей мере.

Природные и культурные комплексы. Они в рекреационной системе характеризуются, прежде всего, мерой соответствия потребностям отдыхающих (комфортностью и привлекательностью) и потребностям органа управления — пространственной и временной емкостью, надежностью.

Если первая наиболее тесно связана с климатическими условиями, то вторая во многом определяется характером открытости или закрытости пейзажей, ощущением тесноты от скопления людей или, наоборот, одиночества, сенсорной избыточности или недостаточности, темпа смены впечатлений, звуковой насыщенности и др. *Надежность* — способность безотказно удовлетворять потребности. Понятие это охватывает как устойчивость комфортных погод, так и возможность посещений культурного комплекса в любое удобное для отдыхающих время. В первом приближении могут быть выделены системы, где ведущая роль принадлежит либо природным, либо культурным комплексам. Природные комплексы — ведущие при организации курортно-лечебного, оздоровительного и спортивного отдыха. Роль культурных комплексов особенно велика в культурно-познавательном туризме.

Природные комплексы — это целостные сочетания природных компонентов, обеспечивающих осуществление циклов рекреационной деятельности при соответствующей степени комфортности условий отдыха. Природные комплексы составляют одну из самых важных подсистем рекреационной системы, поскольку уже само наличие участка природы с благоприятными климатическими условиями, красивыми пейзажами, разнообразной растительностью и близостью водоема обусловливает возникновение здесь простейшей рекреационной системы (отдыхающие — природный комплекс).

В настоящее время роль малоизмененных природных комплексов сократилась, одновременно с этим возросла их ценность. Заметно усилился интерес к созданию и развитию особо охраняемых природных территорий — заповедников и особенно национальных парков. Одновременно с этими тенденциями изменяется и характер использования природных комплексов. Этот процесс был прослежен Б.Б. Родома- ном, который выделил ряд стадий.

- 1. Изъятие природных тел из ландшафта в процессе любительских занятий (охоты, рыбной ловли, сбора грибов и ягод).
- 2. Использование природных факторов без изъятия их из природы (купание, солнечные ванны).
- 3. Восприятие познавательной и эстетической информации (туризм, прогулки).
- 4. Передача другим людям своих знаний о природе, ее красоте (организатор туристских групп).

В числе таких же стадий могут быть названы сопереживание, стремление людей сохранить наиболее ценные естественные природные биоценозы, благоустроить,

восстановить нарушенные участки природы. Таким образом, намечается как бы два типа отношений к природе в рамках рекреационной системы:

- 1) преобразование природы в соответствии с требованиями населения по организации мест массового отдыха, приспособленных для размещения там многочисленного контингента отдыхающих;
- 2) приспособление, адаптация отдыхающих к уже существующим природным комплексам, стремление людей построить свои взаимоотношения с природой на основе сохранения уже сформировавшихся ранее природных комплексов.

Среди важнейших свойств природных комплексов называют, прежде всего, аттрактивность, надежность и емкость.

Аттрактивность природных комплексов определяется комфортностью условий отдыха и соответствием их свойств и эстетических качеств определенным технологиям рекреационной деятельности. Комфортность отдыха обусловлена, прежде всего, климатическими и микроклиматическими характеристиками природного комплекса — температурным режимом, влажностью и осадками, атмосферным давлением, числом дней солнечного сияния и др. Однако не менее важную роль играют психоэмоциональные характеристики природы. Эстетические свойства природы также влияют на аттрактивность природных комплексов.

Надежность природных комплексов — устойчивость к рекреационным нагрузкам, а также их разнообразие, поскольку это дает возможность отдыхающим менять характер использования этого комплекса, предопределяет лабильность их поведения. Устойчивость природных комплексов объясняется их возможностями противостоять различным воздействиям — природным и антропогенным.

Емкость природных комплексов определяется как способность территории вмещать определенное количество туристов и рекреан-тов, при котором не происходит нарушения экологического равновесия. Емкость может быть, как нормативной, так и предельно допустимой (критической).

Культурные комплексы — сочетание объектов материальной и духовной культуры. Среди них и искусственные сооружения, и сами люди с их языком, обычаями, традициями, обрядами. Когда говорят о крупном территориально-культурном комплексе, имеют в виду не только архитектурные ансамбли, но и всю социокультурную среду, традиции и обычаи, сохранившиеся в народе, особенности его быта и хозяйственной деятельности. Культурные комплексы обеспечивают реализацию многих функций, необходимых для нормального функционирования рекреационной системы. Они создают возможность более эффективного оздоровления и курортного лечения, повышая эстетическую ценность среды, ее разнообразие, делают ее более аттрактивной для отдыхающих. Особенно велико их значение в удовлетворении познавательных потребностей людей.

Технические комплексы. Технические подсистемы призваны облегчить отдыхающим доступ и адаптацию к природным комплексам, увеличить надежность их функционирования. Они служат также адаптирующими средствами, удовлетворяющими потребности отдыхающих и обслуживающего персонала. Развитие природно-технических и технических систем, совершенствование технических устройств, облегчающих труд обслуживающего персонала, создает новые возможности для включения в рекреационные системы новейших элементов, природных и культурных компонентов, позволяют обеспечить их лучшую доступность и сохранность.

Среди наиболее важных свойств технических подсистем отметим надежность, экологичность. *Надежность* технических сооружений определяется их возможностями противостоять процессам, ведущим к физическому и моральному износу, снижению комфортности условий отдыха. Они должны обладать определенным запасом прочности, защищающим их от разрушительных функциональных перегрузок. Особо

место занимает безотказность и безаварийность работы систем энерго- и водоснабжения, очистных сооружений и канализационных сетей, систем обеспечения минеральной водой. Поскольку свойства природных и культурных комплексов выступают важными системообразующими факторами, не меньшее внимание при создании и функционировании технических подсистем должно быть уделено усилиям по сохранению окружающей среды (. *экологичность*).

Обслуживающий персонал. Роль обслуживающего персонала в системе определяется тем, что он обеспечивает взаимосвязь отдыхающих с природными и культурными комплексами, техническими системами, а также общение их между собой. Этим понятием охватывается широкая группа людей, занятых как непосредственно бытовым, медицинским, культурным, транспортным обслуживанием отдыхающих, так и эксплуатацией технических сооружений, природных и культурных комплексов.

И.В. Зорин установил, что в крупных развитых системах проявляется своеобразное эшелонирование этой группы. Каждый эшелон характеризует меру близости обслуживающего персонала к отдыхающим. Так, первый эшелон, или контактную группу, образуют лица, которые в силу своих обязанностей непосредственно контактируют с отдыхающими. Второй эшелон состоит из рабочих и служащих, обеспечивающих деятельность технической подсистемы, природных и культурных комплексов в пределах предприятий отдыха. Третий эшелон составляют работники общекурортных служб, обеспечивающие прямые потребности предприятий отдыха. Следующие эшелоны формируются работниками, оказывающими услуги обслуживающему персоналу.

Орган управления. Обозначенный этим понятием элемент рекреационной системы, как и любой орган управления, должен обеспечить: сохранение структуры системы, поддержание режима ее деятельности, реализацию целей, общих функций системы. В сфере рекреационной и туристской деятельности имеется как минимум два уровня управления.

Первый из них — управление, расположенное как бы вне конкретной системы. Оно составляет элемент суперсистемы, т.е. формирует рекреационную политику региона, изучает потребности, планирует, проектирует и принимает решения о создании или развитии конкретных рекреационных систем, управляет потоками отдыхающих, согласует рекреационную с другими видами деятельности. К этой системе относятся законодательные органы, разрабатывающие общую стратегию туристско-рекреационного обеспечения населения, туристско-рекреационную политику как часть общей социальной политики.

Другой характерный уровень — орган управления, входящий в качестве неотъемлемой части в любую конкретную рекреационную систему. Он обеспечивает сбор информации о состоянии подсистем, об удовлетворении потребностей туристов, о степени соответствия природных комплексов требованиям туристов, о степени сохранения полезных свойств и возможностях технических систем, о состоянии обслуживающего персонала (см. рис. 3.2). Орган управления осуществляет организацию связи между всеми подсистемами и в силу этого — общую устойчивость системы и эффективность выполнения ею своей функции.

Источник: https://bstudy.net/790130/turizm/prostranstvennaya_organizatsiya_turizma

Взаимодействие с аудиторией:

1. Какие концепции используются в территориальной организации туризма?
2. Как выбрать подходящую концепцию для конкретной территории?
3. Как важна концепция для успешной территориальной организации туризма?

1. **Рекреационное проектирование**

2. **Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность стратегического планирования в туризме.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Федеральные целевые программы развития туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Документы стратегического планирования в сфере территориальной организации развития туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма и гостеприимства

Территориальная организация развития туризма и гостеприимства является сложным процессом, который предполагает разработку и реализацию стратегий для улучшения инфраструктуры, обеспечения качественных туристических услуг и привлечения инвестиций. Организация развития туризма и гостеприимства помогает местным сообществам достичь экономического развития, увеличить количество рабочих мест, повысить уровень доходов и улучшить качество жизни жителей.

Планирование деятельности является наиболее важной функцией менеджмента. Данному вопросу посвящены работы ведущих специалистов, занимающихся проблемами

управления в сфере услуг - Ф. Котлера, Р.Браймера [2], Д.Уокера, Чудновского А.Д., Карповой Г.А. и других. Американский специалист в области планирования туризма Эдвард Инскип предлагает рассматривать планирование как организацию будущего для достижения ряда определенных целей и задач [1].

В условиях ограниченных производственных ресурсов рыночное планирование их использования служит основой экономической свободы как производителей товаров и услуг, так и потребителей материальных благ. В процессе планирования обеспечивается необходимое равновесие между производством и потреблением продукции, величиной рыночного спроса на товары и услуги и объемом их предложения.

Пионерами разработки технологии планирования туризма в начале шестидесятых годов XX века были Франция и Великобритания. Сегодня успешное развитие туризма невозможно вне концепции устойчивого развития, предложенной Всемирным союзом охраны природы [1, 2, 4].

В сфере туризма специалистами Всемирной туристской организации сформулированы три основных принципа устойчивого развития:

- Экологическая устойчивость обеспечивает совместимость развития туризма с поддержанием базовых экологических процессов, биологического разнообразия и биологических ресурсов; - Социально-культурная устойчивость обеспечивает развитие, совместимое с культурой, самобытностью и жизненными ценностями местного населения;

- Экономическая устойчивость обеспечивает экономическую эффективность развития туризма и такое положение, при котором избранный метод управления ресурсами дает возможность их использования будущими поколениями.

Стратегическое планирование в туризме осуществляется в диапазоне от макронационального и регионального до микролокального таким образом, чтобы каждый уровень фокусировался на разной степени детализации и проработки плановых решений, а также учитывал определенную специфику каждого уровня.

На международном уровне планируются в основном услуги по международным перевозкам, туры и потоки туристов по разным странам, международные маркетинговые стратегии и рекламные кампании.

На национальном уровне планирование заключается в том, чтобы обозначить и определить районы развития туризма, содержащие те или иные туристские достопримечательности, а также в выработке национальной туристской политики.

Местный (региональный) уровень планирования отличается детализацией и использует планы по землепользованию с отведением отдельных территорий для отелей и других видов размещения, туристских достопримечательностей, зон отдыха, парков, транспортных систем и других элементов инфраструктуры туризма.

Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма и гостеприимства является ключевым этапом в достижении этих целей. Оно позволяет определить потенциальные ресурсы для развития туризма и гостеприимства на выбранной территории, провести анализ рынка и определить конкурентное преимущество, сформулировать стратегические направления развития и определить необходимые ресурсы для их реализации.

Одним из ключевых элементов успешной стратегического планирования является включение реальных стейкхолдеров в процесс планирования. Это могут быть представители местных властей, предприниматели в туристическом секторе, местные жители и туристы. Участие стейкхолдеров позволяет получить более полную картину местной территории и выработать стратегии, которые соответствуют реальным потребностям и интересам местного сообщества.

Кроме того, для успешной реализации

стратегического планирования важно учитывать изменения экономической, политической и социальной обстановки. Стратегии должны быть гибкими и обновляться в соответствии с изменением ситуации на рынке, для достижения наиболее эффективных результатов.

В заключение хотел бы отметить, что стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма и гостеприимства играет важную роль в достижении экономического и социального развития местных сообществ. Это процесс, который требует учета многих факторов и участие многих заинтересованных сторон, но который может достаточно успешно реализоваться при условии грамотного планирования и методической поддержки. Например, определение и реализация конкретных политик и стратегий по включению местных ресурсов в отрасль туризма, оценка и поощрение инвестиций в туристические услуги, поиск способов привлечения большего количества туристов на региональном уровне с помощью новых технологий и приложений.

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/vaneeva2.htm

Взаимодействие с аудиторией:

1. Что такое стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма и гостеприимства?

2. Какие этапы включает в себя стратегическое планирование?

3. Как важно стратегическое планирование для успешного развития территории в сфере туризма и гостеприимства?

Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма.

Туристический информационный центр (ТИЦ) является важным элементом территориальной организации туризма. Он является механизмом, который обеспечивает туристов информацией об интересных местах, событиях, размещениях, транспорте, экскурсиях и других аспектах, которые могут быть важны для их поездки.

Функции ТИЦ могут быть различными, в зависимости от места их деятельности, но в целом, они включают следующее:

- Предоставление информации о достопримечательностях и событиях на территории;
- Предоставление информации о различных типах размещения;
- Предоставление информации о местной культуре и традициях;
- Организация экскурсий и других туристических мероприятий;
- Консультирование и оказание помощи туристам в выборе маршрутов и планировании поездки.

Важно отметить, что ТИЦ является важным механизмом привлечения туристов на конкретную территорию. Благодаря разнообразной и полезной информации, которая предоставляется им, ТИЦ могут стать ключевым фактором, который поможет туристам принять решение о своей следующей поездке.

Кроме того, ТИЦ играет важную роль в поддержании и развитии инфраструктуры туризма на определенной территории. Они способствуют развитию местного бизнеса, организуя работы экскурсоводов, турагентов и других профессионалов, которые могут помочь в создании туристического инфраструктуры высокого уровня.

Таким образом, ТИЦ является важным механизмом территориальной организации туризма, который способствует привлечению туристов и развитию туристической инфраструктуры на определенной территории.

Туристический информационный центр "Discover Moscow"

Москва Центральный федеральный округ

Адрес: г. Москва, уд. Варварка, д.6/1, парк "Зарядье", павильон "Купол"

Web сайт: discovermoscow.com
Телефоны: +7(495) 957-96-17
Электронная почта:
Зимний режим (октябрь – апрель): пн 14.00 – 20.00, вт-вс 10.00 – 20.00.
Летний режим (май – сентябрь): пн 14.00 – 21.00, вт-вс 10.00 – 21.00.
Сервисы информационного центра: • Предоставление справочной информации на русском, английском языках о городском транспорте, навигации, местах посещения; • Кастомизация опыта пользователя: например, подбор и формирование маршрутов под индивидуальный запрос туристов; • Выдача официальных бесплатных карт и путеводителей; • RussPass; Инклюзия • Адаптированность стойки для МГН; • Индукционная петля;
Источник: https://discovermoscow.com/moskva-s-toboi/v-gorode/turisticheskie-centry/

Взаимодействие с аудиторией:
1. Что такое туристический информационный центр?
2. Какие функции выполняет туристический информационный центр?
3. Как важен туристический информационный центр для успешной территориальной организации туризма?

1. **Рекреационное проектирование**
2.**РАЗДЕЛ 5. Гостиничный продукт как результат функционирования гостиничного хозяйства. Требования к проектированию общественной части гостиниц и иных средств размещения**

3. Цели занятия.
-Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Лицензирование и сертификация санаторно-курортных услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Некоторые проблемы законодательства в сфере реализации санаторно-курортного продукта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Правовое регулирование отношений в санаторно-курортной сфере.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 5.1 Базовые основы функционирования гостиничного хозяйства

Гостиничное хозяйство – это область туризма, которая включает в себя организацию и предоставление услуг гостиниц и отелей. В современном мире гостиничное хозяйство играет важную роль в экономике и социальной жизни. Каждый день тысячи туристов посещают отели и гостиницы по всему миру, чтобы насладиться красотами, комфортом и уютом, которые предлагают эти уникальные места.

Целью данного доклада является представление базовых основ функционирования гостиничного хозяйства. Мы рассмотрим все этапы работы гостиницы, начиная от планирования и до момента, когда гость покидает ее территорию.

Первый этап – это планирование. Перед открытием гостиницы нужно определить, какой тип гостиницы будет открыт (например, эконом-класс, средний класс, люкс) и на какой рынок будет направлен (бизнес, отдых, спорт и т.д.). Необходимо также определить, сколько номеров и категорий будет в отеле, какие услуги будут предоставляться (ресторан, тренажерный зал, банкетный зал, бассейн и т.д.), а также как будет решена проблема безопасности.

Второй этап – это построение. На этом этапе уже начинается строительство гостиницы. Важно помнить, что строительство должно соответствовать всем требованиям безопасности и качества. В процессе строительства необходимо соблюдать все правила и нормы градостроительства. Выбор материалов играет важную роль в определении качества гостиницы.

Третий этап – это планирование персонала. Как только гостиница открыта, необходимо заботиться о персонале. На этом этапе определяются все должности и требования к кандидатам на эти должности. Также на этом этапе нужно определить, какой обучающий курс будет предоставлен персоналу для того, чтобы они могли лучше выполнять свою работу.

Четвертый этап – это начало работы гостиницы. Гости начинают приезжать уже после того, как гостиница открылась. На этом этапе персонал должен обеспечить комфортный и уютный отдых каждому гостю. Необходимо следить за чистотой, порядком и все время быть внимательным к гостям.

Пятый этап – это окончание работы гостиницы. Как только гости уезжают, персонал начинает работу по подготовке номеров для следующих гостей. Необходимо убрать каждый номер, заменить постельное белье и полотенца, проветрить комнату, подготовить туалетную бумагу и т.д. Это один из самых важных этапов, так как гостиница должна быть готова к новым посетителям в любой момент.

В заключение, в данном докладе были рассмотрены базовые основы функционирования гостиничного хозяйства. Важно помнить, что каждый из этих этапов очень важен для успешного функционирования гостиницы. Надеюсь, моя работа поможет новым предпринимателям, желающим открыть свою гостиницу, и вдохновит других на расширение и улучшение существующих гостиничных бизнесов.

Уважаемые коллеги, я предлагаю рассмотреть эту тему с необычной стороны. Давайте представим, что мы все – гости на огромной вечеринке, организованной гостиничным хозяйством. Наша задача – наслаждаться отдыхом, вкусной едой и прекрасным обслуживанием.

Как это работает? В самом начале мы приезжаем на вечеринку и заселяемся в свои номера. Здесь нам доступны все удобства – кровать, телевизор, мини-бар и т.д. Это как бы наша база, откуда мы будем выходить, чтобы погрузиться в мир развлечений.

Далее мы перемещаемся в общую зону, где нас ждут бассейны, спа-салоны, бары и рестораны. Активности и развлечения здесь представлены на любой вкус – от спокойного отдыха до ярких вечеринок.

При этом не следует забывать о главном – о качестве обслуживания. Круглосуточный сервис, вежливый и профессиональный персонал – все это позволяет нам полностью наслаждаться отдыхом. В качестве бонуса мы можем оценить заботу о нашем комфорте и безопасности, ведь без этого невозможно представить высококлассный сервис.

Короче говоря, функционирование гостиничного хозяйства можно сравнить с организацией огромной вечеринки, где все гости получают удовольствие от отдыха, развлечений и хорошего настроения. Но, конечно, для создания такого атмосферного праздника необходимо огромное количество усилий, профессионализма и внимательности к каждому гостю.

Источник:

https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38784

https://www.mos.ru/tourism/documents/gostinichnoe-khozyaistvo/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Какие основные функции выполняет гостиничное хозяйство?
2. Какие принципы должны быть учтены при организации гостиничных услуг?
3. Какие особенности управления персоналом отличают гостиничное хозяйство от других сфер услуг?

Тема 5.2 Требования к проектированию общественной части гостиниц и иных средств размещения

Объемно-планировочное решение — взаиморасположение помещений на этажах, которые соединены коммуникационными помещениями в определенную форму здания. Все гостиничные предприятия состоят из жилой и общественной частей, которые могут быть расположены друг относительно друга следующим образом:

- ? общественная часть служит основанием для жилой части;
- ? общественная часть примыкает к жилому комплексу;

- ? общественная часть состоит из нескольких частей и является частью жилой или примыкает к жилой части;
- ? общественная часть с внутренними двориками.

Обычно жилая часть здания имеет значительную этажность, а общественная, исходя из функциональных соображений, проектируется высотой от одного до трех этажей, в зависимости от числа мест в гостинице и состава входящих в нее помещений. Часто назначение зданий диктует определенные, выработанные опытом проектирования и строительства сочетания помещений, предназначенных для выполнения тех или иных функций. Сочетания помещений называются композиционными схемами. Композиционные схемы специфичны. Следует выделить следующие схемы, которые могут быть изолированы при проектировании различных видов зданий:

- ? зальная — все функции здания сосредоточены в едином помещении;
- ? центрическая — все функциональные помещения группируются вокруг большого главного помещения;
- ? анфиладная — помещения располагаются одно за другим и связаны в единое целое проходами или проемами;
- ? коридорная — помещения располагаются с одной или с двух сторон связывающего их коммуникационного коридора;
- ? секционная — здание состоит из изолированных друг от друга одинаковых планировочных элементов — секций.

В практике строительства и проектирования все эти схемы встречаются как в чистом виде, так и в различных сочетаниях, образуя смешанные композиции. Здание гостиниц состоит из жилой и общественных частей, поэтому при их создании используются смешанные варианты объемно-планировочных решений. Общественная часть здания (чаще всего занимает первый этаж) состоит из помещений приемно-вестибюльной группы; предприятий питания; помещений, связанных с предоставлением различных услуг и административных помещений. Обычно вестибюль является центральным помещением, вокруг которого располагаются остальные. Административные помещения удобнее размещать с двух сторон коридора. Предприятия питания могут составлять анфиладную композицию: бар, залы ресторана, кухня, подсобные помещения располагаются одно за другим. Если в гостинице есть большой зал (зал конференций, демонстрации кинофильмов), который занимает целый этаж, то можно говорить и о зальной композиции. Жилые номера могут размещаться с одной или двух сторон коридора. Сложность и многообразность функциональных процессов в гостинице вызывают необходимость соблюдения взаимосвязи помещений и правильного их расположения. Размещают помещения с учетом функциональных процессов и схемы перемещения людей в здании.

Требования к проектированию общественной части гостиничного предприятия. Общественные помещения гостиницы могут быть расположены в подвальных, цокольных и надземных этажах здания. Высота этажа, в котором размещаются помещения, определяется в зависимости от их назначения и предъявляемых требований и может приниматься равной 3,6; 4,2; 4,8 метра. Гостиничные учреждения представляют собой предприятия со специфическими технологическими связями и четко выраженной функциональной структурой. К общественным помещениям относятся помещения приемно-вестибюльной группы, предприятия быстрого обслуживания, общественного питания, развлекательного назначения, спортивно-оздоровительного обслуживания, служебно-бытовые и технические. Для успешной эксплуатации здания уже в процессе формирования необходимо решить вопросы относительно функционального деления гостиницы и обеспечить оптимальные условия для работы и взаимодействия каждой части. Различные группы помещений связывают между собой внутренние, входные и выходные потоки.

Внутренние потоки — перемещение людей и предметов между помещениями и группой помещений. Входные потоки образуют люди, входящие в гостиницу (постояльцы,

служащие, посетители ресторанов и т.д.), и предметы, ввозимые в гостиницу (мебель, инвентарь, продукты, багаж и т.д.).

Выходные потоки — обратные потоки людей и предметов, направленные из гостиниц во внешнюю среду. Каждый из этих потоков имеет строго определенное место назначения и отправления. Технологические потоки различного вида могут объединяться или должны изолироваться друг от друга в силу санитарной несовместимости. Основной поток — поток приезжих — через главный вход направляется к стойке reception, затем к лифту и в номера. При отъезде этот поток имеет противоположное направление. Кроме того, поток гостей перемещается с жилых этажей к помещениям питания, бытового, развлекательного и спортивно-оздоровительного назначения. Наряду с перемещением проживающих происходит движение потоков служащих. В гостинице должны постоянно функционировать минимум три входа (главный, вход в ресторан, служебный вход) и один выезд, а также площадка разгрузки машин для ресторана. Необходимо иметь входы и подъезды, которые открываются эпизодически (для белья, отходов, оборудования). Приемно-вестибюльная группа занимает наиболее ответственное место среди общественной части гостиницы, так как является местом прибытия и отъезда гостей и основным распределительным узлом между группами помещений. При проектировании вестибюльной группы следует выдерживать следующие положения. Непосредственно в вестибюле обязательно расположены главный вход, reception, узел вертикальных коммуникаций (лифтовые холлы), зоны отдыха и сбора организованных групп, информации, установки телефонов- автоматов, банкоматов и торговых киосков, зоны входа в предприятия питания и бытового обслуживания. Допускается частичное взаимопроникновение функциональных зон без нарушения системы коммуникации вестибюля. Зона отдыха и сбора организованных групп и место перед стойкой не должны быть проходными. С вестибюлем должны быть удобно связаны ресторан, бар или кафе, парикмахерская, комната подносчиков багажа, пункт проката инвентаря, медицинский пункт для обслуживания гостей и персонала.

Говоря о расположении жилой и общественной части, следует выделить следующие варианты планов размещения помещений:

- ? расположение в одном здании общественная часть помещений обычно размещается в нижних этажах, поскольку требует больших площадей, обусловленных уровнем комфорта, вместимостью гостиницы, когда требуется достаточно просторная площадь для обслуживания большего количества гостей, не говоря уже о качестве и комфорте услуг. Такой проект сочетания общественной и жилой части имеет широкое распространение. Он позволяет ограничить площадь застройки, но требует обязательного устройства технического этажа между частями здания. Такое расположение общественной и жилой части характерно для централизованного, блочного или смешанного типа застройки;
- ? расположение в разных зданиях (корпусах), но связанных между собой — при блочной застройке. Общественные помещения, как правило, — здания меньшей этажности и большей площади застройки, чем многоэтажные компактные жилые помещения высокой вместимости;
- ? расположение в изолированных зданиях (корпусах), не связанных между собой — при павильонной застройке жилая и общественная части гостиницы размещены в самостоятельных, не связанных между собой зданиях.

К помещениям общественного назначения гостиниц, мотелей и кемпингов относятся: вестибюльно-приемный комплекс, предприятия общественного питания, бизнес-центы, физкультурно- оздоровительные центры, культурно-досуговые центры, помещения бытового обслуживания и торговли, бытовые помещения, служебные помещения, хозяйственно-производственные помещения, помещения для хранения и технического обслуживания автомобилей, помещений для маломобильных групп населения.

Источник:
https://bstudy.net/688081/turizm/trebovaniya_proektirovaniyu_obschestvennoy_chasti_gostinits_inyh_sredstv_razmescheniya
Взаимодействие с аудиторией:

1. Какие основные функции должны выполнять общественные зоны гостиниц?

2. На что необходимо обратить внимание при выборе расположения общественных зон в гостинице?

3. Какие требования должны быть выполнены при проектировании помещений для общественных зон гостиницы?

1. **Рекреационное проектирование**

2.**РАЗДЕЛ 6. Организационно-методические основы проектирования санаторно-оздоровительного типа предприятий**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Санаторно-оздоровительная организация как система.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Структура бизнес-плана.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Особенности деятельности санаторно-оздоровительной организации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 6.1 Организационные основы проектирования предприятий санаторно-оздоровительного типа

Санаторно-оздоровительные предприятия – это специализированные учреждения, которые занимаются оказанием медицинских услуг, оздоровлением и отдыхом населения. В связи с возрастающим интересом людей к здоровому образу жизни, данные предприятия становятся все популярнее и востребованнее.

Организационные основы проектирования предприятий санаторно-оздоровительного типа связаны с созданием оптимальной структуры организации, которая позволит обеспечивать высокое качество услуг, удовлетворение потребностей клиентов и эффективное использование ресурсов.

Важными элементами проектирования являются:

- Определение целей и задач предприятия, определение целевой аудитории, которой предполагается оказывать услуги.

- Разработка бизнес-плана, который включает описание концепции предприятия, оценку финансовых рисков, возможных доходов и расходов.

- Определение правовых аспектов функционирования предприятия, лицензирование, сертификация.

- Разработка организационной структуры и функциональных подразделений предприятия.

- Проектирование и создание инфраструктуры предприятия: здания, помещений, спортивных и медицинских залов, бассейнов и т.д.

- Разработка программы обучения персонала, его рекрутирование и управление.

При проектировании предприятий санаторно-оздоровительного типа следует также учитывать требования к качеству предоставляемых услуг, надежности и безопасности, оценку конкурентной ситуации и привлечение потенциальных клиентов.

Таким образом, организационные основы проектирования предприятий санаторно-оздоровительного типа – это составляющие процесса, которые позволяют создать оптимальную структуру управления, обеспечить высокое качество предоставляемых услуг и обеспечить эффективное использование ресурсов для обеспечения рентабельности предприятия самое массовое и популярное направление медицинского туризма.

Подобный существует с античных времен. Уже древние греки, чтобы поправить своё здоровье, отправлялись в святилище бога-врачевателя Асклепия в Эпидавре — там были гостиницы, бани, палестры (школы гимнастики). Развалины сооружений для лечения минеральными водами времен Римской империи сохранились в районах многих известных европейских курортов. Курортология как основа оздоровительного туризма начала активно развиваться в Европе, начиная с XVII века.

В XX веке в мире возникла целая курортная индустрия, охватывающая практически все страны и континенты. На базе традиционных климатических, бальнеологических, и грязевых курортов появились новые формы оздоровления — SPA, wellness, fitness. В список услуг, предоставляемых современными курортно-санаторными учреждениями, часто включаются check-up-программы [неизвестный термин].

Наибольшее распространение и популярность получили курорты, предлагающие несколько лечебно-оздоровительных факторов, особенно SPA-курорты или SPA-отели. Последние могут находиться не только в курортных зонах, но и в крупных мегаполисах, и также предоставлять услуги по оздоровлению и релаксации.

На многих курортах задействованы wellness-программы (оздоровительные, антистрессовые, косметологические), которые подойдут и абсолютно здоровым людям. Неизменным спросом на морских курортах пользуются отели с центрами талассотерапии.

В мире широко известны европейские центры лечебно-оздоровительного туризма. Чехия лидирует по числу иностранных туристов, прибывающих на курортно-санаторное лечение. Ежегодно её посещают 50 тыс. человек из более чем 70 стран мира. Знаменитая чешская здравница Карловы Вары принимает медицинских туристов со всех пяти континентов; особой любовью этот бальнеологический курорт пользуется у жителей стран СНГ. На территории Германии расположено более 300 курортов, которые принимают свыше 1 млн человек из стран Европы, США и Канады. Горные и бальнеологические курорты Австрии и Швейцарии также являются главными европейскими направлениями оздоровительного туризма.

Во Франции находятся множество всемирно известных курортов (Виши, Эвиан), которые специализируются в лечении (предотвращении) заболеваний опорно-двигательного аппарата и нарушений пищеварительной системы, а также центров талассотерапии (Ля Боль, Сен Мало); данные курорты обладают большим количеством spa-центров, которые оказывают услуги массажа, физиотерапии, грязевых аппликаций и водных процедур. Исторически, большинство курортов Франции расположены на побережье Атлантического океана и Средиземноморья, где пациентам приходить в форму и, в частности, бороться с респираторными заболеваниями помогают океанский климат и морской воздух. Кроме того, Франция обладает уникальными центрами реабилитации и оздоровления (зачастую для лечения психиатрических заболеваний), расположенными в средневековых замках, где непосредственно ведётся терапия и проживают пациенты. Некоторые курорты Франции (Кодали, Бордо) предлагают вино-терапию в качестве лечения заболеваний кожи и кровеносной системы, а также как spa-процедуру.

Впрочем, в санаторной отрасли появились и новые проблемы. Так, продолжительность пребывания в санаториях становится меньше, чем традиционный отпуск в 10-14 дней, поэтому многие оздоровительные заведения сократили свои программы и пересмотрели другие аспекты деятельности.

Из-за этого, по мнению Натальи Костенко, заместителя председателя комитета Госдумы по туризму и развитию туристической инфраструктуры, само понятие санатория как сложной рекреационной структуры постепенно размывается. Туристы все чаще выбирают отели с дополнительными санаторными услугами, а не санатории с пляжным отдыхом.

В то же время, как отмечали на выставке представители бизнеса, их клиенты не готовы покупать туры в традиционные оздоровительные заведения «советского образца». Они хотят видеть обновленные санатории с короткими, но эффективными современными программами оздоровления: детокс, антистресс, ЗОЖ, практики йоги. Становится популярна у туристов и телемедицина после прохождения такого санаторного курса.

Определенная конкуренция между санаторием и объектами Medical SPA имеется, но выбор в конечном итоге зависит от возраста, финансов и потребностей самого туриста, отмечают эксперты.

Источники:

https://www.atorus.ru/node/51793?amp

https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Оздоровительный_туризм

Взаимодействие с аудиторией:

1. Какие особенности характеризуют предприятия санаторно-оздоровительного типа?

2. Что должно быть учтено при планировании зданий и территории для санаторно-оздоровительного предприятия?

3. Какие компетенции необходимы у проектной команды при проектировании предприятия санаторно-оздоровительного типа?

Тема 6.2 Разработка бизнес-плана предприятий санаторно-оздоровительного

Каждое предприятие в современных реалиях сталкивается с необходимостью планирования своей деятельности. Высокий уровень конкуренции выставляет планку для создания, поддержания и развития бизнеса. Не говоря уже о том, что для этого требуется большое количество материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

На начальном этапе построения бизнеса будет достаточно трудно обойтись без бизнес-планирования, поскольку, собственники, как правило, используют заёмный капитал, и, в свою очередь, обращаются в коммерческие банки для получения кредита развитие бизнеса. Несмотря на все попытки государства минимизировать расходы, риск отдалён от минимального значения.

Даже если бизнес уже давно развивается и успешен, то возникает задача планирования дальнейшей деятельности предприятия, направленной на расширение ассортимента производимой продукции или оказываемых услуг. Таким образом, бизнес-планирование является инструментом для принятия будущих решений в соответствии со сложившейся ситуацией хозяйствования современными условиями рынка.

Целью курсовой работы является исследование преимуществ и особенностей системного подхода при разработке бизнес-планов.

Для достижения указанной цели необходимо выполнить следующие задачи:

− рассмотреть теоретические аспекты бизнес-планирования;

− определить цели, задачи и функции бизнес-планирования;

− изучить структуру построения бизнес-плана;

− исследовать влияние системного подхода на процесс создания бизнес-плана;

− систематизировать алгоритм построения бизнес-плана;

− изучить и выявить преимущества системного подхода при работе с бизнес-планом.

Объектом исследования данной работы выступает непосредственно сам системный подход в бизнес-планировании. Предмет исследования, в свою очередь, – бизнес-план.

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы: системный и сравнительный анализ, алгоритмизация, систематизация, описание, структурирование, синтез.

В качестве информационной базы исследования были использованы статьи и публикации отечественных и зарубежных аналитиков в сфере разработки бизнес-планов системным подходом. Теоретической базой работы послужили учебные пособия отечественных ученых по бизнес-планированию, особенно касательно системного подхода.

Структура работы определена характером исследуемых в ней вопросов. Курсовая работа содержит: введение, два раздела, семь подразделов, заключение, список использованных источников. Во введении обоснована актуальность работы, поставлена цель и задачи, обозначен объект и предмет данной работы. В первой главе рассмотрены теоретические аспекты бизнес-планирования, обозначены его цели, задачи и функции, показана структура и содержание. Во второй главе структура бизнес-плана, построенного с помощью системного подхода. В заключении подведены итоги и сделаны выводы исследования.

В рыночной экономике бизнес-план – это инструмент труда, используемый во всех отраслях предпринимательства. С его помощью описываются процессы работы компании, показываются, как ее лидер собирается достичь своих целей и задач, в первую очередь, повышая прибыльность работы.

Структурированный и чёткий бизнес-план помогает компании расти, занимать новые, ранее не доступные, позиции на рынке, где она работает, разрабатывать перспективные проекты для ее развития, создавать концепции для производства новых товаров и услуг и выбирать рациональные способы их реализации.

Бизнес-план представляет собой официальный письменный документ, содержащий цели предприятия, методы достижения этих целей и сроки достижения этих целей. В нем также описываются характер деятельности, справочная информация об организации, финансовые прогнозы организации и стратегии, которые она намерена осуществлять для достижения поставленных целей [1]. В целом этот документ служит дорожной картой, которая обеспечивает направление деятельности.

Так как, бизнес-план является результатом исследовательской и организационной работы, направленной на изучение определённого направления деятельности компании (продукта или услуги) на конкретном рынке, в текущем экономическом и организационном контексте, то он основан на:

− создании нового вида продукта или предоставление новых услуг (характеристик для удовлетворения потребностей), что повышает конкурентоспособность;

− полном анализе производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности организации с целью выявления ее слабых и сильных сторон, характеристик и различий по сравнению с другими аналогичными компаниями;

− изучении определённых финансовых, экономических и организационных механизмов, используемых в экономике для реализации конкретных задач.

Вот подробный, краткий разбор

Санаторно-оздоровительные предприятия – это компании, которые предоставляют услуги по оздоровлению и лечению людей. Бизнес-план санаторно-оздоровительного предприятия должен содержать следующие разделы:

1. Введение

2. Описание бизнеса

   - Название компании и ее миссия

   - Описание услуг, которые предоставляет компания

   - Рыночная ниша компании

   - Сведения о конкурентном окружении

3. Маркетинговый план

   - Анализ рынка и определение АУД

   - Описание позиционирования бренда

   - Маркетинговые стратегии и тактики

   - Описание продуктовой линейки или услуг компании

4. Финансовый план

   - Описание структуры капитала

   - Описание поступления денежных средств

- Обоснование ожидаемых расходов

- Проекция показателей финансовой деятельности

5. Организационный план

- Описание структуры организации

- Сведения о кадровой политике

- Описание системы управления качеством

- План обеспечения безопасности и охраны на территории предприятия

6. Риски и возможности

- Идентификация рисков и возможностей

- Описание плана рискового управления

7. Заключение

Он должен содержать детальные сведения о всех видах услуг, которые предоставляются компанией. Раздел маркетинга должен содержать подробные данные о приоритетной аудитории, а также план действий, которые помогут привлечь и удержать клиентов.

Финансовый план должен дать прогноз количества затрат на различные мероприятия и услуги в течение года, а также прогноз потока денежных средств и оценку рентабельности. В организационном плане должны быть представлены подробные сведения о структуре организации, персонале и политике найма, системах управления качеством и надлежащего управления рисками, и т.д.

В разделе рисков и возможностей должны быть описаны возможности для увеличения прибыли и снижения затрат, а также возможные риски и пути их устранения. Завершающий раздел должен содержать сводку основных показателей бизнес-плана и планы на будущее.

Источник:

https://www.kubsu.ru/sites/default/files/users/41760/portfolio/kursovaya_rabota_4_kurs_vasilev_roman.docx

Взаимодействие с аудиторией:

1. Какие компоненты должны быть включены в бизнес-план предприятия санаторно-оздоровительного типа?

2. На какие риски необходимо обратить внимание при разработке бизнес-плана санаторно-оздоровительного предприятия?

3. Какие факторы могут повлиять на доходность и рентабельность санаторно-оздоровительного предприятия?

1. **Рекреационное проектирование**

2.**РАЗДЕЛ 7. Проектное развитие санаторно-курортного учреждения. Организация бизнес-системы санаторно-курортного предприятия**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Рынок санаторно-оздоровительных услуг, его особенности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Баланс спроса и предложения на рынке санаторно-оздоровительных услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Специфика ценообразования санаторно-оздоровительных услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 7.1 Проектное развитие санаторно-курортного учреждения.

В рыночной экономике санаторно-курортные организации постоянно вынуждены приспосабливаться к усиливающейся нестабильности внешней среды и в первую очередь бороться с конкурентами, оказывающими аналогичные услуги. Такая ситуация требует, чтобы каждая организация вырабатывала и искала свой путь развития в соответствии с требованиями рынка для достижения финансовой устойчивости и экономического роста. В этой связи очевидна необходимость разработки и реализации стратегии развития санаторно-курортных организаций.

В общем смысле *стратегия* представляет собой совокупность перспективных планов и задач, которые необходимо выполнить, чтобы достичь поставленных перед организацией целей развития. Стратегию можно рассматривать как долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям.

Такое понимание стратегии исключает детерминизм в поведении организации, так как стратегия, определяя направление в сторону конечного состояния, оставляет свободу выбора с учетом изменяющейся ситуации. То есть стратегию в общем виде можно охарактеризовать как выбранное направление, путь дальнейшего поведения в среде, функционирование в рамках которого должно привести организацию к достижению стоящих перед ней целей.

Если цели организации определяют то, к чему стремится организация, что она хочет получить в результате своей деятельности, то стратегия дает ответ на вопрос, каким способом, с помощью каких действий организация сумеет достичь этих целей в условиях изменяющегося и конкурентного окружения.

Цели — это ключевые результаты, к которым стремится организация в своей деятельности.

Ключевыми социально-экономическими целями развития санаторно- курортной организации выступают:

- 1) достижение финансовой устойчивости;
- 2) оказание высококачественных и эффективных услуг санаторно- курортного лечения;
- 3) развитие потенциала организации: наращивание материально-технической базы, более полное использование трудовых ресурсов и пр.

Стратегия призвана обеспечивать адаптацию санаторно-курортной организации к быстро меняющейся окружающей среде, поэтому в ней должны быть отражены такие аспекты, как: виды оказываемых санаторно- курортных услуг; целевой сегмент потребителей; действия, подлежащие осуществлению в первую очередь.

Реализация стратегии обеспечивает постоянное усиление экономического потенциала санаторно-курортных организаций, повышение конкурентоспособности оказываемых услуг.

Стратегическое управление можно рассматривать как динамическую совокупность пяти взаимосвязанных управленческих процессов. Эти процессы логически вытекают один из другого. Однако существует устойчивая обратная связь и соответственно обратное влияние каждого процесса на остальные и на всю их совокупность.

Схематически процесс выработки стратегии изображен на рисунке 5.1.

Рис. 5.1. Этапы процесса разработки стратегии организации

В процессе стратегического планирования проводится изучение внешней и внутренней среды организации. Стратегическое управление рассматривает окружение как совокупность трех сред: макроокружения, непосредственного окружения и внутренней среды организации, вследствие чего анализ среды предполагает изучение этих трех ее составляющих.

Для определения стратегии поведения организации и ее реализации, руководство должно иметь углубленное представление как о внутренней среде организации, ее потенциале и тенденциях развития, так и о внешней среде, тенденциях ее развития и месте, занимаемом в ней организацией. При этом внутренняя среда изучается для того, чтобы вскрыть сильные и слабые стороны организации, а внешнее окружение изучается стратегическим управлением в первую очередь для того, чтобы вскрыть угрозы и возможности, которые организация должна учитывать при определении своих целей и в процессе их достижения.

Определение миссии и целей придает уникальность и оригинальность выбору стратегии применительно к каждой организации. В целях отражено то, к чему стремится организация. Если, например, цели не предполагают интенсивного роста, то и не могут быть выбраны соответствующие стратегии роста, даже несмотря на то, что для этого могут существовать все предпосылки как на рынке, в отрасли, так и в потенциале организации.

В разработке и реализации стратегии немаловажную роль имеет субъективных фактор, заключающийся в том, что интересы и отношение высшего руководства играют очень большую роль в выборе стратегии развития организации. Руководство может охотно идти на риск, а может, наоборот, стремиться любыми способами избегать рисковых ситуаций. Зачастую это отношение может быть решающим в выборе стратегии развития.

При разработке стратегии развития санаторно-курортных организаций преимущественно используются достаточно консервативные подходы, ориентированные на постепенное совершенствование материально-технической базы средств размещения, питания и лечения,

Финансовые ресурсы фирмы также оказывают существенное влияние на выбор стратегии. Любые изменения в поведении фирмы, такие, например, как выход на новые рынки, разработка нового продукта и переход в новую отрасль, требуют больших финансовых затрат.

Квалификация работников, также, как и финансовые ресурсы, является сильным ограничительным фактором при выборе стратегии развития фирмы. Не обладая достаточно полной информацией о квалификационном потенциале, руководство не может сделать верного выбора стратегии фирмы.

Выбор стратегии фирмы осуществляется руководством на основе анализа ключевых факторов, характеризующих состояние фирмы, с учетом результатов анализа портфеля продукции, а также характера и сущности реализуемых стратегий.

Сильные стороны отрасли и сильные стороны фирмы зачастую могут играть решающую роль при выборе стратегии роста фирмы. Ведущие, сильные фирмы должны стремиться к максимальному использованию возможностей, порождаемых их лидирующим положением, и к укреплению этого положения. При этом важно искать возможности развертывания бизнеса в новых для фирмы отраслях, обладающих большими задатками для роста.

Лидирующие фирмы в зависимости от состояния отрасли должны выбирать различные стратегии роста. Слабые фирмы должны вести себя но-другому. Им следует выбирать те стратегии, которые могут привести к увеличению их силы. Если же таких стратегий нет, то они должны покинуть данную отрасль.

Оценка выбранной стратегии в основном осуществляется в виде анализа правильности и достаточности учета при выборе стратегии основных факторов, определяющих возможности осуществления стратегии.

Совершенно очевидно, что к одной и той же цели можно двигаться различными способами. Выбор способа достижения цели и является решением по поводу стратегии фирмы. Как видно, если установление целей отвечает на вопрос, к чему организация будет стремиться, если клан действий по достижению цели отвечает на вопрос, что надо делать, чтобы достичь поставленной цели, то стратегия отвечает на вопрос, каким из возможных способов, как организация будет идти к достижению цели. Выбор стратегии означает выбор средств, с помощью которых организация будет решать стоящие перед ней задачи.

Процесс выбора стратегии включает в себя: уяснение текущей стратегии; проведение анализа портфеля оказываемых услуг; выбор стратегии фирмы и оценку выбранной стратегии.

Уяснение текущей стратегии очень важно потому, что нельзя принимать решения, но поводу будущего, не имея четкого представления по поводу того, в каком состоянии находится организация и какие стратегии она реализует. Могут быть использованы различные схемы уяснения текущей стратегии. А. Томпсон и А. Стрикланд считают, что необходимо оценить пять внешних и внутренних факторов, чтобы разобраться с реализуемой стратегией.

Внешние факторы: размах деятельности фирмы и степень разнообразия производимой продукции, диверсифицированность фирмы; общий характер и природа недавних приобретений фирмы и продаж ею части своей собственности; структура и направленность деятельности фирмы за последний период; возможности, на которые была ориентирована фирма в последнее время; отношение к внешним угрозам.

Внутренние факторы: цели фирмы; критерии распределения ресурсов и сложившаяся структура капиталовложений, но производимой продукции; отношение к финансовому риску как со стороны руководства, так и в соответствии с реальной практикой, осуществляемой финансовой политикой; уровень и степень концентрации усилий в области НИОКР; стратегии отдельных функциональных сфер (маркетинг, производство, кадры, финансы, научные исследования и разработки).

Оценку степени влияния факторов внутренней и внешней среды можно с использованием метода экспертных оценок. Разрабатывается индивидуальная учитывающая особенности организации диагностическая карта, в которую вносятся балльные оценки экспертов. Пример диагностического профиля санаторно-курортной организации приведен в табл. 5.1.

Диагностический профиль санаторно-курортной организации

Таблица 5.1

№ п/п	Критерий	Оценка										Удельный вес показателя	Взвешенная оценка (max/fact)
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Управление предприятием											15	10/5,6
	Наличие конкретных целей развития						*					9	3,6
	Ясность целей					*						6	2,0
2	Организация											15	10/5,1
	Поддержка персоналом принятых решений			*								4	0,8

	Участие работников в принятии решений				*							3	0,8
	Доступ к информации						*					3	1,2
	Зависимость результатов труда от трудовых усилий							*				5	2,3
3	Технология продаж											25	10/7,64
	Планирование продаж									*		5	1,8
	Эффективность использования склада					*						5	1,0
	Уровень сервиса							*				7	1,96
	Качество товара									*		5	1,8
	Отсутствие брака									*		3	1,08

№ п/п	Критерий	Оценка										Удельный вес показателя	Взвешенная оценка (max/fact)
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4	Маркетинг											25	10/3
	Изучение рынка и поведения конкурентов					*						5	1,0
	Поиск новых рынков		*									10	0,8
	Реклама и PR			*								10	1,2
5	Финансовые показатели											20	10/6,75
	Выручка								*			5	2,0
	Соотношение запасов						*					5	1,5
	Финансовая устойчивость						*					5	1,5
	Рентабельность продаж							*				5	1,75

Итого:	100	50/28,09

Диагностический профиль позволяет выявить наиболее слабые звенья в организации.

Для измерения силы бизнеса могут быть использованы следующие переменные: доля рынка, рост доли рынка, относительная доля рынка по отношению к ведущей марке, лидерство в качестве или другие характеристики, такие, как, например, издержки, прибыльность по отношению к лидеру. При определении размера матриц очень важную роль играет выбор единиц измерения объемов, норм приведения к единой базе, временных интервалов и т.д.

Сбор и анализ данных проводится по многим направлениям, из которых выделяют четыре наиболее важных: привлекательность отрасли с позиции наличия позитивных и негативных аспектов у отрасли, характера и степени риска и т.п.; конкурентная позиция фирмы; возможности и угрозы фирме, которые оцениваются применительно к фирме, а не по отношению к отрасли; ресурсы и квалификация кадров, рассматриваемые с позиции наличия у фирмы потенциала для проведения конкурентной борьбы в каждой конкретной отрасли.

Построение и анализ матриц портфеля продукции с целью получения представления о текущем состоянии портфеля продукции фирмы, на основе которого руководством могут быть сделаны прогнозы по поводу будущего состояния матриц и соответственно по поводу ожидаемого портфеля продукции фирмы.

Разработка динамики изменения матриц проводится для того, чтобы уяснить, приведет ли переход портфеля продукции в новое состояние к достижению фирмой стоящих перед ней целей. Для этого должны быть выяснены следующие характеристики прогнозируемого состояния портфеля продукции: включает ли в себя портфель достаточное количество бизнесов в привлекательных отраслях; порождает ли портфель слишком много вопросов и неясностей; имеется ли достаточное количество «денежных коров» для того, чтобы выращивать «звезды» и финансировать «вопросительные знаки»; дает ли портфель достаточное поступление как прибыли, так и денег; сильно ли уязвим портфель в случае проявления негативных тенденций; много ли в портфеле бизнесов, слабых в смысле конкуренции.

В зависимости от ответов на данные вопросы руководство может прийти к выводу о необходимости формирования нового портфеля продукции.

Определение желаемого портфеля продукции в соответствии с тем, какой из вариантов может лучшим образом способствовать достижению фирмой своих целей.

Существует *три основных подхода* к выработке стратегии поведения фирмы на рынке (М. Портер).

Первый подход связан с лидерством в минимизации издержек производства. Данный тип стратегий связан с тем, что компания добивается самых низких издержек производства и реализации своей продукции.

В результате этого она может за счет более низких цен на аналогичную продукцию добиться завоевания большей доли рынка Фирмы, реализующие такой тин стратегии, должны иметь хорошую организацию производства и снабжения, хорошую технологию и инженерно-конструкторскую базу, а также хорошую систему распределения продукции. Чтобы добиваться наименьших издержек, на высоком уровне исполнения должно осуществляться все то, что связано с себестоимостью продукции, с ее снижением. Маркетинг же при данной стратегии не обязательно должен быть высоко развит.

Второй подход к выработке стратегии связан со специализацией в производстве продукции. В этом случае фирма должна осуществлять высо-коснециализированное производство и качественный маркетинг для того, чтобы становиться лидером в своей области. Это приводит к тому, что покупатели выбирают продукцию данной фирмы, даже если цена и достаточно высокая. Фирмы, реализующие этот тин стратегии, должны иметь высокий потенциал для проведения НИОКР, иметь прекрасных дизайнеров, прекрасную систему обеспечения высокого качества продукции, а также развитую систему маркетинга.

Третий подход относится к фиксации определенного сегмента рынка и концентрации усилий фирмы на выбранном рыночном сегменте. В этом случае фирма досконально выясняет потребности определенного сегмента рынка в определенного типа продукции. В этом случае фирма может стремиться к снижению издержек либо же проводить политику специализации в производстве продукта. Возможно и совмещение этих двух подходов. Однако, что является совершенно обязательным для проведения стратегии третьего типа, так это то, что фирма должна строить свою деятельность прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка. Иначе говоря, должна в своих намерениях исходить не из потребностей рынка вообще, а из потребностей, вполне определенных или даже конкретных клиентов.

Выбор стратегии фирмы осуществляется руководством на основе анализа ключевых факторов, характеризующих состояние фирмы, с учетом результатов анализа портфеля бизнесов, а также характера и сущности реализуемых стратегий.

Основными ключевыми факторами, которые должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии, являются следующие.

Состояние отрасли и позиция фирмы в отрасли зачастую могут играть решающую роль при выборе стратегии роста фирмы. Ведущие, сильные фирмы должны стремиться к максимальному использованию возможностей, порождаемых их лидирующим положением, и к укреплению этого положения. Лидирующие фирмы в зависимости от состояния отрасли должны выбирать различные стратегии роста. Так, например, если отрасль идет к упадку, то следует делать ставку на стратегии диверсификации, если же отрасль бурно развивается, то выбор должен падать на стратегию концентрированного роста либо же стратегию интегрированного роста.

Слабые фирмы должны вести себя но-другому. Они должны выбирать те стратегии, которые могут привести к увеличению их силы. Если же таких стратегий нет, то они должны покинуть данную отрасль. Например, если попытки усилиться в быстро растущей отрасли с помощью

стратегий концентрированного роста не приведут к желаемому состоянию, фирма должна реализовать одну из стратегий сокращения.

Формулирование стратегии следует за этапом стратегического анализа и нацелено на выбор одной из стратегических альтернатив. Уже в процессе стратегического анализа руководство организации склоняется к выбору одного из возможных вариантов стратегии — того, который в наибольшей степени соответствует условиям внешней и внутренней среды, а также выбранным целям деятельности.

Однако методы стратегического анализа не могут подменить процесса фундаментального стратегического мышления. Главная слабость формальных методов поиска стратегии в том, что они игнорируют специфические особенности каждого из видов бизнеса, иногда приводят к слишком общим, абстрактным выводам.

Процесс формирования стратегии заключает в себе три этапа:

- 1) формирование общей стратегии организации;
- 2) формирование конкурентной стратегии;
- 3) определение функциональных стратегий фирмы.

Общая стратегия организации формируется высшим руководством. Разработка общей стратегии решает две главные задачи:

- ? должны быть отобраны и развернуты основные элементы общей стратегии фирмы;
- ? необходимо установить конкретную роль каждого из подразделений фирмы при осуществлении стратегии и определить способы определения ресурсов между ними.

При формулировании каждой из разновидностей стратегий фирма сталкивается с некоторыми объективными ограничениями.

- 1. Уровень наличных финансовых ресурсов. Даже если выбранная стратегия оптимальна, фирме нужно серьезно подумать об источнике необходимых финансовых средств. Если у фирмы слишком мало собственных средств, она идет на неоправданно высокий риск, занимая деньги йод солидный процент. Это, по крайней мере, подрывает интересы акционеров в получении дивидендов даже в случае высокой прибыли.
- 2. Размер приемлемого риска. Многие фирмы готовы принять только весьма умеренный, подчас даже минимальный риск. Это существенно снижает диапазон выбора стратегий.
- 3. Потенциальные навыки и способности фирмы. Хорошие стратегии часто требуют навыков и способностей свыше тех, которыми обладает фирма. Приобретение новых навыков требует времени, а стратегия предполагает быстрые действия.

- 4. Отношения в рамках рабочих связей фирмы. Часто поставщики или участники каналов распределения не могут обеспечить приемлемые условия и готовность работать так, как это нужно для реализации вашей стратегии.

- 5. Противодействие конкурентов. Часто замечательные стратегии перечеркиваются действием конкурентных сил. Например, стратегия предполагает снижение цен для стимулирования краткосрочного спроса. Конкуренты могут отреагировать на такую стратегию ведением «ценовых войн», которые являются слишком дорогостоящими и не позволят компании удерживаться в запланированном русле длительное время.

Стратегия развития санаторно-курортной организации должна решать несколько ключевых задач:

- 1) возможность оказания высококачественных услуг проживания, питания и лечения. Эта задача решается за счет использования современного оборудования, технологий, привлечения высококвалифицированного персонала;

- 2) обеспечение лидирующей позиции по затратам. Санаторно- курортные организации, функционирующие на территории курорта, оказывают приблизительно одинаковый перечень услуг. При этом в регионе складывается определенный уровень цен на услуги. Наибольшие стратегические выгоды будут иметь те организации, которые в том или ином качественном сегменте, функционируют с минимальными издержками. Например, санатории уровня 4 звезды реализуют услуги по цене 4500 руб. Уровень затрат первой здравницы — 75%, второй — 85%. Очевидно, что в стратегическом аспекте первая организация будет способна добиться больших успехов и будет более конкурентоспособной;

- 3) диверсификация потребительского портфеля. Санаторно-курортные организациям необходимо задействовать различные каналы сбыта услуг: прямые продажи и продажи через посредников. Необходимо разрабатывать и реализовывать программы лояльности клиентов, внедрять систему скидок постоянным клиентам и организациям, приобретающим путевки оптом.

Сочетание хозяйственной и маркетинговой стратегий позволяет санаторно-курортным организациям добиться наибольшей экономической эффективности в долгосрочном периоде.

Источник:
https://bstudy.net/692877/turizm/ekonomicheskiy_mehanizm_funktsionirovaniya_organizatsiy_sanatorno_kurortnogo_kompleksa

Взаимодействие с аудиторией:

1. Что должно быть учтено при планировании развития санаторно-курортного учреждения?

2. Какие инструменты и методы могут использоваться при проектном развитии санаторно-курортного учреждения?

3. Какие факторы могут повлиять на успешность проектного развития санаторно-курортного учреждения?

Тема 7.2 Организация бизнес-системы санаторно-курортного предприятия

Санаторно-курортное предприятие - это организация, которая предоставляет услуги по лечению и отдыху на курорте. Она может предлагать различные виды лечения, включая медицинские процедуры, диагностику и оздоровительные программы, а также развлечения и спортивные мероприятия для гостей.

Для организации бизнес-системы на санаторно-курортном предприятии необходимо учитывать множество факторов. Во-первых, необходимо определить, какие виды услуг будут предоставляться на курорте, и какие необходимо купить или арендовать для оказания этих услуг. После этого необходимо продумать цены на услуги и определить, какие расходы необходимы для их реализации.

Во-вторых, необходимо учитывать правила государственного регулирования. Как правило, санаторно-курортные предприятия подчиняются строгому регулированию, поэтому необходимо продумать, как организовать работу в соответствии с правилами и нормами законодательства.

В-третьих, необходимо определить тип владельца предприятия, например, является ли оно государственным или частным. Это также может повлиять на способ организации бизнес-системы, так как государственные организации могут иметь особые правила и политику относительно действий, которые можно осуществлять.

В-четвертых, необходимо определить рынок, на котором будет функционировать курортное предприятие. Для этого необходимо изучить конкурентную среду и продумать, как можно конкурировать на рынке и предоставить лучшую услугу по сравнению с другими предприятиями.

Кроме того, необходимо продумать маркетинговую стратегию и продумать, как будут привлекаться новые клиенты, как будут рекламироваться услуги и как будет подстегиваться лояльность среди постоянных клиентов.

Таким образом, организация бизнес-системы на санаторно-курортном предприятии требует тщательного анализа множества факторов и тесного взаимодействия предпринимателей, правительства, инвесторов и клиентов, чтобы создать устойчивую и прибыльную организацию.

Санаторно-курортное предприятие (СКП) является организацией, которая занимается оздоровительной и реабилитационной деятельностью, направленной на улучшение здоровья людей. Организация бизнес-системы СКП включает в себя следующие аспекты:

1. Определение целей и стратегии развития СКП. Целью СКП является оказание высококачественных услуг по оздоровлению и реабилитации пациентов. Стратегия развития СКП должна направляться на увеличение объема оказываемых услуг, улучшение качества их предоставления и увеличение прибыли предприятия.

2. Формирование персонала. Персонал СКП должен быть высококвалифицированным и профессиональным. Необходимо разработать программы обучения для персонала, которые позволят повысить их уровень знаний и навыков.

3. Развитие инфраструктуры. Для успешной работы СКП необходимо иметь хорошо оборудованные и удобные здания, оборудование и медицинское оборудование. Инфраструктура должна удовлетворять требованиям санитарных и гигиенических норм.

4. Работа с клиентами. Необходимо устанавливать открытые и доверительные отношения с клиентами, предоставлять им качественное обслуживание и учитывать их пожелания при организации услуг.

5. Маркетинг. Использование маркетинговых стратегий поможет привлечь большее количество потенциальных клиентов и увеличить прибыль СКП.

6. Финансы. Финансовый менеджмент СКП должен базироваться на эффективном бюджетировании, оптимизации расходов и увеличении доходов предприятия.

7. Система контроля и управления качеством. Контроль и управление качеством должны позволять убеждаться в высоком уровне качества предоставляемых услуг и наличии соответствующих сертификатов и разрешительных документов.

Эффективное управление СКП позволит не только наращивать прибыль, но и обеспечивать здоровье и благополучие клиентов, что является важным социальным аспектом деятельности.

Вот то, что поможет

1. Выберите местоположение для вашего санаторно-курортного предприятия. Убедитесь, что это место находится в зоне природной гармонии и имеет высокий уровень оздоровительных факторов.

2. Разработайте бизнес-план, который включает в себя информацию о потенциальных клиентах, о характеристиках и категориях номеров, о ценах на услуги, план продвижения и т.д.

3. Подготовьте необходимую документацию для регистрации вашего предприятия и получения всех необходимых разрешений и сертификатов.

4. Наймите профессиональных сотрудников, которые имеют опыт в области санаторно-курортного лечения, а также опыт работы в отелях и гостиницах.

5. Обеспечьте своих клиентов всеми необходимыми услугами питания, развлекательными программами и мероприятиями для лечения и реабилитации.

6. Работайте над созданием привлекательного бренда и продвижением своих услуг на рынке.

7. Оптимизируйте свои расходы, улучшайте качество услуг и следите за своей репутацией.

Источник:

https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Оздоровительный_туризм

Взаимодействие с аудиторией:

1. Какие основные компоненты должны входить в бизнес-систему санаторно-курортного предприятия?

2. Что необходимо учитывать при организации работы персонала в санаторно-курортном предприятии?

3. Какие принципы необходимо учитывать при организации маркетинга и продаж услуг санаторно-курортного предприятия?

1. **Рекреационное проектирование**

2.**РАЗДЕЛ 8. Определение содержания инновационной программы санаторно-курортного учреждения. Планирование инновационной программы в санаторно-курортном предприятии**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проблемы деятельности санаторно-оздоровительных организаций в современный период (социальный и экономический кризисы).	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Проектная деятельность санаторно-оздоровительных организаций в системе управления персоналом.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Роль и значение инноваций как антикризисное управление.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 8.1 Роль и значение инноваций как антикризисное управление

Рыночная экономика вызвала бурное развитие методов и инструментов менеджмента для обеспечения устойчивого функционирования и развития.

Важнейшим условием устойчивого развития предприятий являются своевременная реакция менеджмента на изменения окружающей среды.

Управление предприятием в условиях нестабильности требует от руководителей освоения практических навыков предвидения и распознавания наступления кризиса.

Антикризисное управление представляет собой систему методов и инструментов, которые позволяют диагностировать наступление кризисных явлений и своевременно разработать комплекс мероприятий по преодолению кризиса. Специфики антикризисного управления связана с необходимостью принятия сложных управленческих решений в условиях ограниченных финансовых ресурсов, большой степени неопределенности и риска.

Основные принципы антикризисного управления заключаются в следующем:

- ранняя диагностика кризисных явлений;

- срочность реагирования на кризисные явления;

- адекватная реакция предприятия на степень реальной угрозы;

- полная реализация внутренних ресурсов для выхода кризисного состояния.

Основная цель антикризисного управления – это обеспечение платежеспособности предприятия при сохранении его устойчивого функционирования.

Специалист по антикризисному управлению должен обладать знаниями и навыками позволяющими проводить анализ финансово-хозяйственной деятельности, обладать специфическими знаниями по процедурам банкротства, разрабатывать бизнес-планы, оценивать экономическую эффективность предлагаемых решений, разрабатывать и реализовывать стратегию устойчивого развития предприятия. Сущность антикризисного управления базируется на следующих предпосылках:

- кризисы можно предвидеть;

- к кризисам необходимо готовиться;

- кризисы можно смягчить;

- управление в условиях кризиса требует особых подходов и специальных знаний;

- кризисные процессы могут быть до определенного предела управляемыми;

- управление процессами выхода из кризиса позволяет ускорять эти процессы и минимизировать его негативные последствия.

Курс «антикризисное управление», представленный в данном учебном пособии, направлен на развитие у студентов вуза знаний, навыков, компетенций, предусмотренных ФГОС ВПО по направлению 080100 – «Экономика» и 080200 «Менеджмент»

Тема 1 Кризисы в социально-экономических системах.

1.1. Понятие кризиса, принципы и последствия его возникновения.

1.2. Классификация кризисов.

1.3. Экономические циклы и кризисы.

Кризис – это крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), угрожающее ее жизнестойкости в окружающей среде.

Социально – экономическая система имеет две тенденции своего существования: функционирование и развитие.

Функционирование – это поддержание жизнедеятельности, сохранение функций, определяющих ее целостность, качественную определенность, сущностные характеристики.

Развитие - это приобретение нового качества, укрепляющего жизнедеятельность организации в условиях изменяющейся среды.

Функционирование характеризуется обязательным наличием предмета труда, средств труда и человека, осуществляющего трудовую деятельность. При этом функционирование возможно лишь при определенном соответствии этих признаков.

Развитие характеризуется изменением (совершенствованием) предмета труда, средств труда и человека.

Причины кризиса делятся по таким признакам:

I. по источнику возникновения:

1) объективные, связанные с цикличными потребностями модернизации и реструктуризации;

2) субъективные, связанные с ошибками в управлении;

3) природные, связанные с землетрясением, наводнением, ураганами и т.д.

II. по месту возникновения кризиса:

1) внешние, связанные с макроэкономическим развитием, конкуренцией, политической ситуацией в стране и т.д.;

2) внутренние, связанные с рискованными стратегиями маркетинга, внутренними конфликтами, недостатками в организации производства, несовершенством управления, инновационной и инвестиционной политикой.

Внутренними причинами кризиса могут быть возникшие диспропорции между:

- собственными и заемными средствами;

- объемом производства и объемом реализации;

- доходами и объемом краткосрочных займов;

- качеством продукции и ее ценой на рынке;

- ценой продукции и затратами на ее производство;

- уровнем технического оснащения предприятия и его конкурентов;

- дебиторской и кредиторской задолженностями;

- объемами инвестиций и доходы по ним и т.д.

Последствия кризиса могут быть положительными и отрицательными для предприятия.

Положительные моменты:

1) преобразование организации;

2) оздоровление организации;

3) обновление методов управления;

4) инновационное развитие.

Отрицательные моменты:

1) переход в состояние нового кризиса или усиление существующего кризиса;

2) потеря платежеспособности предприятия;

3) смена собственника;

4) банкротство, влекущее за собой ликвидацию предприятия и распродажу его имущества.

Разные последствия кризиса определяются не только его характером, но и характером антикризисного управления, которое может или смягчить , или обострить кризис. Возможности управления в этом отношении зависят от цели, профессионализма, искусства управления, характера мотивации, понимания причин и последствий, ответственности.

В современных условиях внешними причинами экономических кризисов считаются:

1) Научно – технический прогресс (НТП). Активная часть основного капитала морального устаревает в течении 10 – 12 лет, а затем требуется обновление.

2) Недопотребление населения, вызывающее перепроизводство.

3) Диспропорциональность, или неравновесие, т.е. отсутствие правильных пропорций между отраслями. Они возникают в результате стихийных действий предпринимателей.

4) Психологический аспект, формирующий отношения к инвестициям. В условиях спада происходит резкое сокращение капиталовложений. В условиях подъема стимулируется резкое увеличение капиталовложений.

1.2. Классификация кризисов

Существуют несколько признаков классификации кризисов.

По масштабу проявления выделяют:

1) общие, охватывающие всю социально – экономическую систему в целом;

2) локальные, охватывающие только часть социально-экономической системы.

В зависимости от проблематики кризиса выделяют:

1) макрокризисы, охватывающие глобальные объемы и масштабы проблематики;

2) мезокризисы, охватывающие большие объемы и масштабы проблематики;

3) микрокризисы, захватывают только отдельную проблему или группу проблем.

В зависимости от структуры отношений в социально-экономической системе выделяют.

1) Экономические кризисы, отражают острые противоречия в экономике страны, корпорации, фирмы, предприятия. Например, кризисы производства и реализации товара, взаимоотношений экономических агентов, кризисы неплатежей, потери конкурентных преимуществ, банкротство и т.д.

2) Социальные кризисы, которые возникают при обострении противоречий интересов различных социальных групп или образований: работников и работодателей, профсоюзов и предпринимателей, работников и менеджеров и др.

3) Организационные кризисы, которые возникают при разделении и интеграции деятельности, распределении функций, регламентации деятельности отдельных подразделений, отдельных административных единиц, регионов, филиалов или дочерних фирм. Это проявляется в деловых конфликтах, в возникновении неразберихи, безответственности, сложности контроля.

4) Психологические кризисы – это психологическое состояние человека. Они проявляются в виде страха, приобретающего массовый характер в возникновении чувства неуверенности, паники, страха за будущее, неудовлетворенности работой, правовой защищенности и социальным положением.

5) Технологические кризисы – это кризисы научно-технического прогресса, когда обостряются противоречия между его тенденциями, возможностями, последствиями. Это может быть кризис технологической несовместимости изделий или кризис отторжения новых технологических решений. Например, кризис по мирному использованию атомной энергии, строительству атомных электростанций.

В зависимости от причин возникновения выделяют:

1. Природные кризисы - это землетрясение, ураганы, пожары, климатические изменения и наводнение.

2. Общественные кризисы – это кризис общественных отношений во всех его проявлениях.

3. Экологические кризисы – это истощение ресурсов, загрязнение окружающей среды, появление опасных технологий, пренебрежение требованиями законов природного равновесия.

В зависимости от вероятности появления выделяют:

1. Предсказуемые кризисы, которые могут прогнозироваться и вызываются объективными причинами. Это, например, потребности реструктуризации производства, изменение структуры интересов потребителей под воздействием НТП. Разновидности предсказуемых кризисов являются циклические кризисы.

2. Неожиданные кризисы, являются результатом грубых ошибок в управлении.

В зависимости от скрытости выделяют.

1. Явные кризисы, которые протекают заметно и легко обнаруживаются. Например, кризис перепроизводства.

2. Латентные кризисы, которые протекают относительно незаметно и поэтому наиболее опасны.

В зависимости от остроты проявление выделяют.

1. Острые кризисы, которые часто разрушают социально-экономическую систему. Они протекают сложно и неравномерно и включают в себя множество противоречий.

2. Мягкие кризисы, протекающие более последовательно и безболезненно. Их можно предвидеть ими легче управлять.

По времени протекания выделяют.

1. Затяжные кризисы, которые длятся довольно долго, проходят болезненно и сложно.

2. Временные кризисы, которые длятся непродолжительное время.

1.3. Экономические циклы и кризисы

Для кризиса характерны четыре фазы.

1. Спад. На этой фазе происходит сокращение объемов производства и деловой активности, падение цен, затоваривание, рост безработицы и увеличение количества банкротств. При этом степень негативного влияния экономических кризисов на отдельные отрасли различно.

2. Депрессия. (стагнация). На этой фазе происходит приспособление хозяйствующих объектов к новым условиям и потребностям. Для нее характерна неуверенность и беспорядочные действия предпринимателей.

3. Оживления (восстановление) начинается рост капиталовложений, растут цены, производство, занятость, процентные ставки, создаются новые предприятия. Оживление завершается достижением предкризисного уровня по экономическим показателям.

4. Подъем (бум). На этом этапе наблюдается ускоренное экономическое развитие. Увеличивается количество нововведений, появляются новые товары и предприятия, стремительно растут капиталовложения, курсы акций и других ценных бумаг, процентные ставки, цены и зарплаты. Подъем экономики на новый уровень подготавливает базу для нового периодического кризиса.

В настоящее время разработан целый ряд различных теорий, объясняющих причины экономических кризисов. Многие ученые сходятся во мнении, что экономика развивается циклично.

Наиболее известные теории цикличности – это циклы Кондратьева Н.Д., Кузнеца С., Жуглара К., Китчина Д.

Циклы Кондратьева Н.Д. составляют по продолжительности 48-55лет. Наличие больших волн экономической конъюнктуры капиталистических стран Кондратьев установил эмпирическим путем, проанализировав динамику изменения различных экономических показателей в Англии, Франции, Германии, США, начиная с конца XVIII до начала XX века.

Он показал, что существуют большие воспроизведенные циклы средней продолжительностью – 48-55лет, в которых он выделил две фазы, или две волны: повышательную и понижательную.

Начало повышательной волны Кондратьев связывает с массовым внедрением в производство новых технологий, новой техники, ростом инвестиций, которые в свою очередь, стимулируют производство и спрос. В этот период растет производительность труда и заработная плата, уменьшается безработица.

Потом экономика приближается к верхней точке цикла и наступает понижательная волна. Растут издержки производства, замедляется рост прибыли, возникает недостаток отдельных товаров, растет задолженность физических и юридических лиц. В результате обнаруживается избыток производственных мощностей, происходит массовая ликвидация предприятий, растет безработица, цены падают.

Циклы Кузнеца или строительные циклы. Их продолжительность составляет 16-20 лет. С. Кузнец пришел к выводу, что годовой объем жилищного строительства взаимосвязан с показателями национального дохода, потребительскими расходами и валовыми инвестициями в производственное оборудование.

Он показал, что объем инвестиций в жилищное строительство происходит циклично, т.е. за интервалами роста, следуют спады в строительство и эти интервалы имеют длину около 20 лет.

Циклы Жуглара или промышленные циклы. Их продолжительность составляет 7-12 лет. К К.Жуглар заметил, что колебания в промышленности влекут за собой развитие экономических кризисов. Цикл характеризуется резким сокращением производства потребительских товаров длительного пользования, что служит признаком завершения очередного цикла.

Циклы Китчина или циклы запасов. Их продолжительность составляет от 2 до 4 лет. Циклы Китчина характеризуются цикличностью увеличения размеров реальных инвестиций в основной капитал, что вызывает превышение товарных запасов над потребностью в них. В результате спрос на инвестиции падает и начинается замедление темпов роста производства. Циклы Китчина связаны с восстановлением равновесия на потребительском и инвестиционном рынках.

Источники:

http://elib.fa.ru/ebook/org_tourism.pdf/download/org_tourism.pdf

https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Оздоровительный_туризм

Взаимодействие с аудиторией:

1. Что такое кризис в организации?

2. Какие положительные и отрицательные последствия кризиса?

3. По каким признакам классифицируются кризисы?

Тема 8.2 Планирование инновационной программы в санаторно- курортном предприятии

В современном мире конкуренция на рынке санаторно-курортных услуг очень высока, поэтому внедрение инновационных методов и технологий становится необходимостью. Инновации позволяют предоставлять клиентам более качественные услуги, а также повышать эффективность работы сотрудников и сокращать издержки.

Перед началом работы над инновационной программой необходимо провести анализ рынка и определить потребности клиентов. Это поможет сформировать список задач, которые необходимо решить при помощи инноваций.

Затем необходимо определить бюджет и сроки реализации проекта, а также выбрать команду специалистов, которые будут заниматься разработкой и внедрением инноваций.

Стоит отметить, что ключевым фактором успеха инновационной программы является ее эффективная коммуникация с сотрудниками и клиентами предприятия. Они должны быть вовлечены в процесс создания и внедрения инноваций, чтобы дать обратную связь и помочь улучшить результаты проекта.

Также следует учитывать, что внедрение инноваций требует изменений в процессах предприятия, что может вызвать сопротивление со стороны персонала. Поэтому важно провести необходимую работу по мотивации и обучению сотрудников, чтобы они были готовы к изменениям.

В заключение хочу сказать, что планирование и внедрение инновационной программы – это сложный, но очень важный процесс для санаторно-курортного предприятия. Благодаря инновациям можно повысить уровень сервиса, улучшить качество жизни клиентов и повысить эффективность работы предприятия. Главное – не бояться экспериментировать и искать новые пути развития, такие как:

В санаторно-курортном предприятии инновационная программа может помочь увеличить конкурентоспособность и привлечь больше клиентов. Планирование этой программы может включать следующие шаги:

1. Анализ рынка. Исследуйте рынок, на котором работает ваше предприятие, чтобы понять текущую ситуацию в отрасли, анализируйте тренды и конкурентов.

2. Изучение потребностей клиентов. Опросите своих текущих клиентов и потенциальных клиентов для определения их потребностей, и ожиданий от вашего предприятия.

3. Выберите инновационные идеи. После анализа рынка и потребностей клиентов, выберите инновационные идеи, которые могут быть реализованы в вашей организации.

4. Оцените риск. Оцените потенциальные риски, связанные с внедрением инноваций, какие именно инноваций нужно внедрять сейчас, а какие - потом.

5. Разработка плана. Разработайте детальный план реализации выбранных инноваций, включая бюджет и расписание.

6. Проведение пилотного проекта. Перед внедрением инновационного решения в полном объеме, проведите пилотный проект для тестирования и анализа эффективности.

7. Оценка результата. После завершения пилотного проекта оцените его результаты и внесите необходимые изменения в план реализации.

8. Продвижение новых инноваций. Уведомите клиентов и рынок о новых инновациях, используя различные каналы коммуникации (сайт, социальные сети, рекламу на радио и телевидении и т.д.).

Планирование инновационной программы в санаторно-курортном предприятии является ключевым аспектом его развития. Оно позволяет повысить конкурентоспособность компании на рынке, увеличить прибыльность и усовершенствовать качество предоставляемых услуг.

Для успешного планирования инновационной программы необходимо рассмотреть следующие шаги:

1. Анализ текущего состояния предприятия. Необходимо изучить текущее положение на рынке, анализировать данные о прибыльности, обращаться к отзывам клиентов, выявлять сильные и слабые стороны предприятия.

2. Определение потребностей клиентов. Необходимо определить, какие услуги наиболее востребованы у клиентов, какие их потребности они не могут удовлетворить на предприятии. Для этого можно использовать формы обратной связи с клиентами, проведение опросов, изучение отзывов на социальных сетях.

3. Идентификация инновационных технологий и новых продуктов. После того, как вы определили потребности клиентов, можно приступать к изучению инновационных технологий, которые могут помочь компании в удовлетворении запросов клиентов.

4. Разработка и планирование инновационной программы. На этом этапе разрабатывается план работ, определяются финансовые и человеческие ресурсы, необходимые для реализации программы в срок.

5. Внедрение и анализ результатов. После внедрения инновационной программы необходимо проанализировать её результаты, чтобы убедиться в эффективности мероприятий и внести необходимые корректировки в работу предприятия.

Таким образом, планирование инновационной программы является важным элементом развития санаторно-курортного предприятия. Оно позволяет предприятию достичь новых высот в развитии и укрепить свою позицию на рынке.

Важно помнить, что инновационная программа должна решать реальные проблемы клиентов и направляться на повышение их удовлетворенности, а также улучшение бизнес-процессов и рост прибыльности организации.

Источники:

https://t.me/kniga_pdf/251

https://санатории-россии.рф

https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g294459-c3-zff42-Russia-Hotels.html

Взаимодействие с аудиторией:

1. Какой подход следует использовать при разработке инновационной программы для санаторно-курортного предприятия?

2. Какой рабочий план должен составляться при планировании инновационной программы санаторно-курортного предприятия?

3. Какие преимущества получает санаторно-курортное предприятие при проведении инновационной программы?

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей

программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Предоставление гостиничных услуг	
Тема 1.1. Тенденции развития гостиничного хозяйства	Предоставление гостиничных услуг в РФ.
Тема 1.2. Гостиничный продукт	Понятие гостиничного продукта. Состав гостиничного продукта. Структура гостиничного продукта. Формирование гостиничного продукта.
РАЗДЕЛ 2. Особенности организации гостиничного хозяйства	
Тема 2.1. Состав и структура фондов гостиничного предприятия	Состав гостиничного фонда, технологии обслуживания.
Тема 2.2. Технологии взаимодействия с гостями предприятий гостеприимства	Технологии взаимодействия персонала с потребителями.
РАЗДЕЛ 3. Службы гостиниц, и особенности их функционирования	
Тема 3.1 Требования, предъявляемые к сотрудникам гостиничных предприятий	Функции, знания, умения, навыки сотрудников служб и отделов гостиничного предприятия.
Тема 3.2 Организация работы с гостями гостиничных предприятий	Структура служб гостиничного предприятия первого и второго плана.

РАЗДЕЛ 4. Государственное регулирование гостиничного дела.	
Тема 4.1 Государственное регулирование деятельности гостиничных предприятий	Государственное регулирование в РФ. Зарубежный опыт государственного регулирования.
Тема 4.2 Работа гостиничных цепей и сетей	Понятие гостиничная цепь. Понятие гостиничная сеть. Российские сети.
РАЗДЕЛ 5. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия	
Тема 5.1 Маркетинговые технологии, используемые в гостиницах	Маркетинговые технологии в деятельности турпредприятия. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия.
Тема 5.2 Продвижение гостиничного продукта	Реклама услуг гостиничного предприятия. Участие в выставках и конгрессах. Разработка сбытовой концепции. Сегментация рынка.
РАЗДЕЛ 6. Технологии обслуживания в процессе проживания	
Тема 6.1 Работа с гостем	Особенности обслуживания гостей разных категорий. Обслуживание VIP.
Тема 6.2 Обслуживание номера	Технологии обслуживания гостей в номере. Технологии организации работы ресторана.
Раздел 7. Технологии создания транснациональных гостиничных цепей	
Тема 7.1 История создания транснациональных гостиничных цепей (ТГЦ)	Глобализация в развитии бизнеса. Развитие рынка гостиничных услуг. Развитие технологий. Появление первых гостиничных цепей. Создание системы франчайзинга. Стратегическое развитие гостиничных цепей. Мировая экспансия транснациональных гостиничных цепей.
Тема 7.2 Франчайзинг как основа создания ТГЦ	Сущность франчайзинга. Основные понятия во франчайзинге. Достоинства и недостатки франчайзера и франчайзи. Особенности франчайзинга в гостиничном бизнесе. Франчайзинговый договор транснациональных гостиничных цепей.
Раздел 8. Специфика деятельности и управления ТГЦ	
Тема 8.1 Технологии ТГЦ	Понятие и виды технологий. Предпосылки технологического роста. Причины применения технолгий. Особенности технологий в гостиничном бизнесе. Технологии транснациональных гостиничных цепей. Рост технологий ТГЦ как основа конкурентной борьбы. Понятие управления. Основные методы и стили управления. Виды управления гостиницей. Особенности управления гостиничными цепями. Основные технологии управления транснациональными гостиничными цепями. Трудовые ресурсы в управлении ТГЦ. Финансовые ресурсы в управлении ТГЦ. Информационные ресурсы в управлении ТГЦ. Корпоративная культура как элемент

	управения в ТГЦ.
Тема 8.2 Управление ТГЦ	Понятие управления. Основные методы и стили управления. Виды управления гостиницей. Особенности управления гостиничными цепями. Основные технологии управления транснациональными гостиничными цепями. Трудовые ресурсы в управлении ТГЦ. Финансовые ресурсы в управлении ТГЦ. Информационные ресурсы в управлении ТГЦ. Корпоративная культура как элемент управения в ТГЦ.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Предоставление гостиничных услуг

Тема 1.1. Тенденции развития гостиничного хозяйства

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите и охарактеризуйте факторы, влияющие на развитие гостиничного хозяйства
2. Сформулируйте основные тенденции развития гостиничного хозяйства в России
3. Перечислите основные этапы становления и развития гостиничного хозяйства

Тема 1.2. Гостиничный продукт

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите характеристики гостиничного продукта
2. Сформулируйте особенности гостиничного продукта
3. Перечислите свойства гостиничного продукта

РАЗДЕЛ 2. Особенности организации гостиничного хозяйства

Тема 2.1. Состав и структура фондов гостиничного предприятия

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите нематериальные фонды гостиничного предприятия
2. Сформулируйте понятие основных фондов
3. Перечислите основные материальные фонды гостиничного предприятия

Тема 2.2. Технологии взаимодействия с гостями предприятий гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите виды гостиничных услуг
2. Сформулируйте особенности гостиничных услуг
3. Перечислите стандарты обслуживания гостей

РАЗДЕЛ 3. Службы гостиниц, и особенности их функционирования

Тема 3.1. Требования, предъявляемые к сотрудникам гостиничных предприятий

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите требования к обслуживающему персоналу гостиничных предприятий
2. Сформулируйте правила поведения для персонала гостиничных предприятий
3. Перечислите требования, касающиеся униформы персонала

Тема 3.2. Организация работы с гостями гостиничных предприятий

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные службы гостиничных предприятий
2. Сформулируйте порядок процесса обслуживания гостей в гостиничных предприятиях
3. Перечислите функции службы номерного фонда

РАЗДЕЛ 4. Государственное регулирование гостиничного дела

Тема 4.1. Государственное регулирование деятельности гостиничных предприятий

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные документы, регулирующие деятельность гостиничных предприятий
2. Сформулируйте основные международные гостиничные правила
3. Перечислите правовые основы создания и функционирования гостиниц

Тема 4.2. Работа гостиничных цепей и сетей

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите определение гостиничных цепей
2. Сформулируйте преимущества гостиничных цепей
3. Перечислите самые известные гостиничные цепи и сети в мире

РАЗДЕЛ 5. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия

Тема 5.1. Маркетинговые технологии, используемые в гостиницах

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите, что включает маркетинг в гостиничной отрасли
2. Сформулируйте основные цели маркетинговых технологий
3. Перечислите маркетинговые технологии гостиничных предприятий

Тема 5.2. Продвижение гостиничного продукта

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные коммуникационные связи для продвижения гостиничного продукта
2. Сформулируйте основные средства стимулирования продаж гостиничного продукта
3. Перечислите виды рекламы гостиничного продукта

РАЗДЕЛ 6. Наименование раздела.

Тема 6.1. Технологии обслуживания в процессе проживания

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные этапы технологического алгоритма гостевого цикла

2. Сформулируйте функции службы roomservice
3. Перечислите этапы обслуживания гостей в номере

Тема 6.2. Обслуживание номера

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите, кто входит в службу roomservice
2. Сформулируйте требования к сотруднику службы обслуживания в номерах
3. Перечислите основные этапы алгоритма обслуживания номеров

РАЗДЕЛ 7. Технологии создания транснациональных гостиничных цепей

Тема 7.1 История создания транснациональных гостиничных цепей (ТГЦ)

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности функционирования рынка гостиничного продукта, перспективы его развития
2. Глобализация экономики и выбор новых организационных форм управления организациями индустрии гостеприимства
3. Организационная и экономическая проработка выбранного гостиничного продукта
4. Стратегии развития в индустрии гостеприимства
5. Особенности функционирования рынка гостиничного продукта, перспективы его развития
6. Глобализация в развитии бизнеса.
7. Развитие рынка гостиничных услуг.
8. Развитие технологий.
9. Появление первых гостиничных цепей.
10. Создание системы франчайзинга.
11. Стратегическое развитие гостиничных цепей.
12. Мировая экспансия транснациональных гостиничных цепей.
13. Сетевая организация гостиничного бизнеса.
14. Понятие гостиничная "сеть" (система), гостиничная группа.
15. Виды гостиничных цепей (интегрированные цепи, консорциум).
16. Формы управления сетевого гостиничного бизнеса (франчайзинг, управление по контракту (management agreement), стратегия пользования на правах аренды (leasehold)).
17. Исторические этапы развития гостиничных систем.

Тема 7.2. Франчайзинг как основа создания ТГЦ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность франчайзинга.
2. Основные понятия во франчайзинге.
3. Достоинства и недостатки франчайзера и франчайзи.
4. Особенности франчайзинга в гостиничном бизнесе.
5. Франчайзинговый договор транснациональных гостиничных цепей.
6. Особенности и преимущества деятельности международных систем гостиничного хозяйства (финансовая, маркетинговая, техническая экономия, экономия при закупках, экономия управления, экономия вследствии рассеивания рисков).

7. Типология стратегий развития.
8. Единые гостиничные стандарты международной гостиничной сети.
9. Формирование вертикально-интегрированных структур (гостиницы, авиаперелет, туроператор, турагентство).
10. Крупнейшие международные гостиничные цепи.

РАЗДЕЛ 8. Специфика деятельности и управления ТГЦ

Тема 8.1. Технологии ТГЦ

Вопросы для самоподготовки:

1. Технологический процесс в гостинице: понятие и виды
2. Выбор технологического процесса в гостинице
3. Анализ гостиничных технологий
4. Понятие и виды гостиничных технологий
5. Технологии создания гостиничного продукта
6. Основные направления автоматизации и виртуализации современной индустрии гостеприимства
7. Системы автоматизации в гостиницах: системы управления, документационного обеспечения
8. Технологические аспекты процесса проектирования гостиничного продукта
9. Этапы обслуживания гостя
10. Технологии бронирования мест и номеров в гостинице

Тема 8.2. Управление ТГЦ

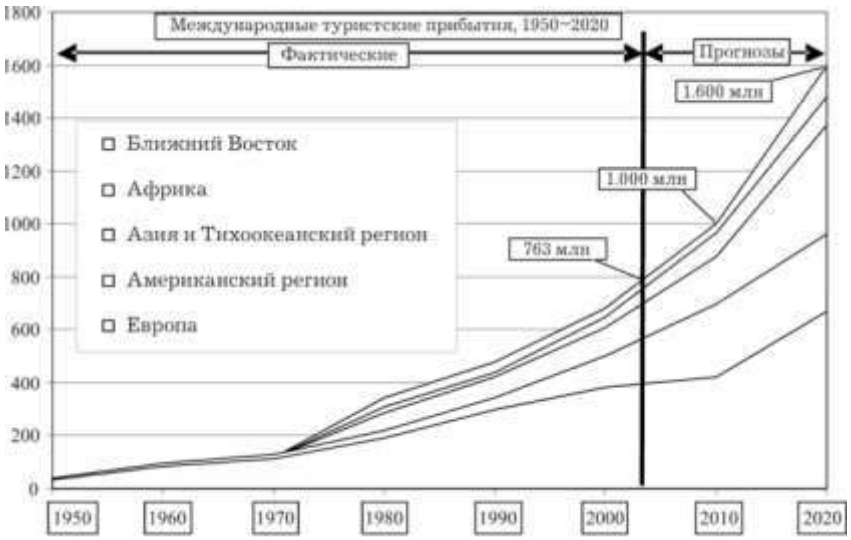
Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация документов предприятия индустрии гостеприимства и их характеристика.
2. Характеристика документооборота, сопровождающего взаимоотношения между гостиницей и туристом
3. Переговоры в гостиничном бизнесе
4. Формы ведения переговоров
5. Понятие управления.
6. Основные методы и стили управления.
7. Виды управления гостиницей.
8. Особенности управления гостиничными цепями.
9. Основные технологии управления транснациональными гостиничными цепями.
10. Трудовые ресурсы в управлении ТГЦ.
11. Финансовые ресурсы в управлении ТГЦ.
12. Информационные ресурсы в управлении ТГЦ.
13. Корпоративная культура как элемент управения в ТГЦ.

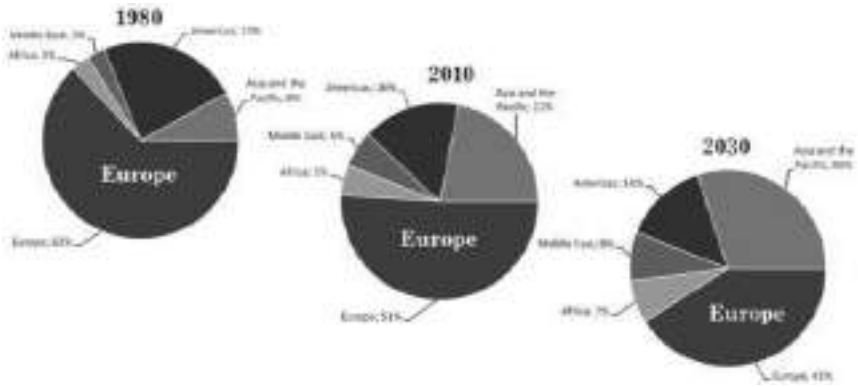
Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Предоставление гостиничных услуг

Тема 1.1. Тенденции развития гостиничного хозяйства



Источник:
https://bstudy.net/803383/turizm/sovremennye_tendentsii_razvitiya_gostinichnogo_biznesa



Источник:https://bstudy.net/803383/turizm/sovremennye_tendentsii_razvitiya_gostinichnogo_biznesa

Тема 1.2.Гостиничный продукт

Источник: https://studfile.net/preview/5992181/page:6/

Источник: https://studfile.net/preview/5992181/page:6/

Источник: https://studfile.net/preview/5992181/page:6/

РАЗДЕЛ 2. Особенности организации гостиничного хозяйства

Тема 2.1. Состав и структура фондов гостиничного предприятия

Источник: https://bstudy.net/618045/turizm/osnovnye_fondy_gostinichnogo_predpriyatiya

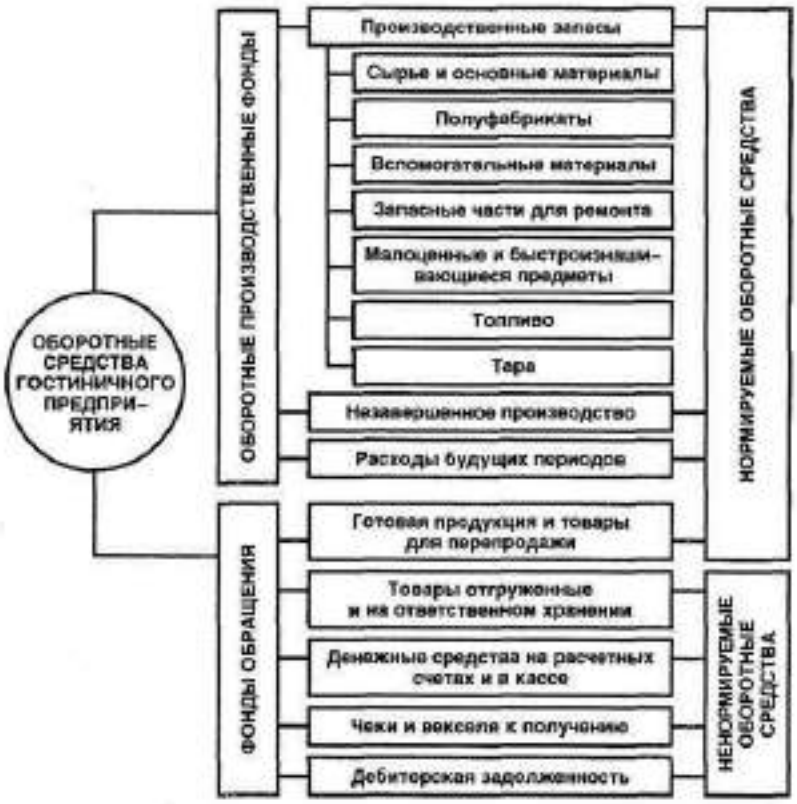


Рис. 10.1. Структура оборотных средств гостиничного предприятия

Источник:https://studopedia.su/9_77422_sushchnost-i-sostav-oborotnih-sredstv-gostinichnogo-predpriyatiya.html

Тема 2.2. Технологии взаимодействия с гостями предприятий гостеприимства.

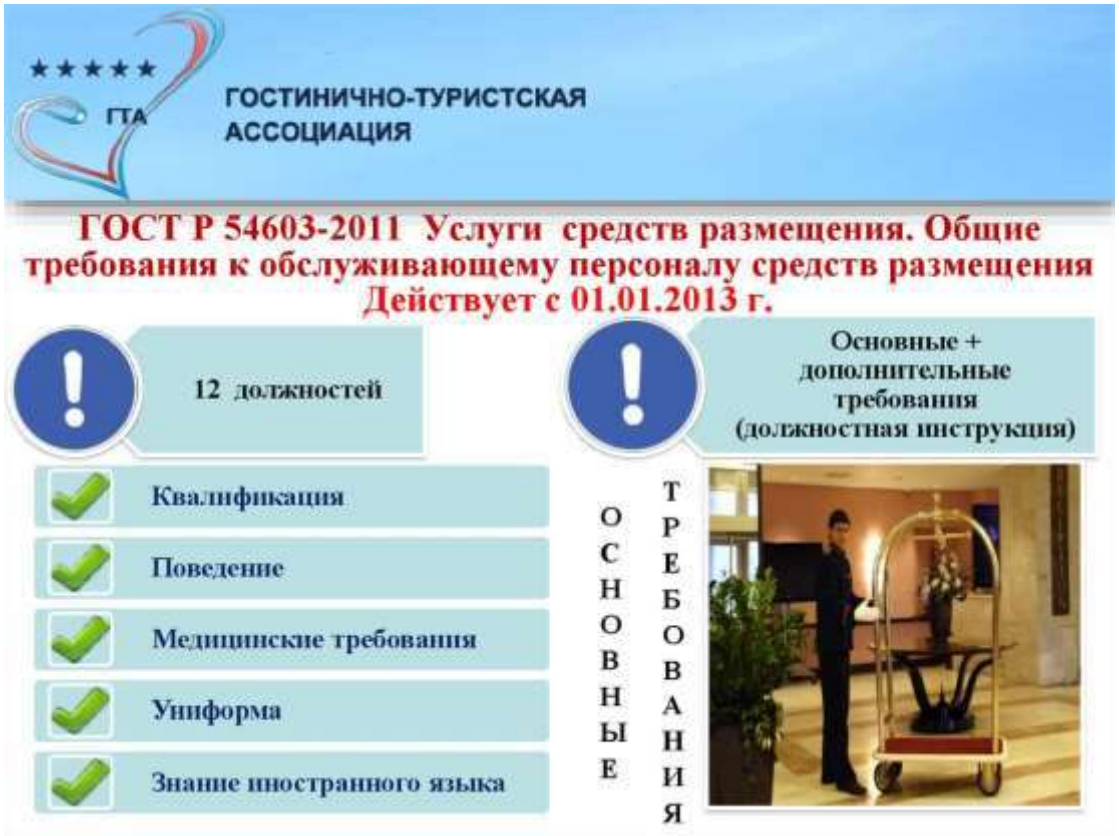
Источник:https://www.evkova.org/kursovye-raboty/tehnologiya-obsluzhivaniya-gostej-v-gostinitse-zagorodnogo-tipa-ooo-tsvto-otel-mistral-otel-i-spa

Источник:https://studref.com/598014/turizm/struktura_sluzhby_pitaniya_napitkov_gostinichnogo_predpriyatiya

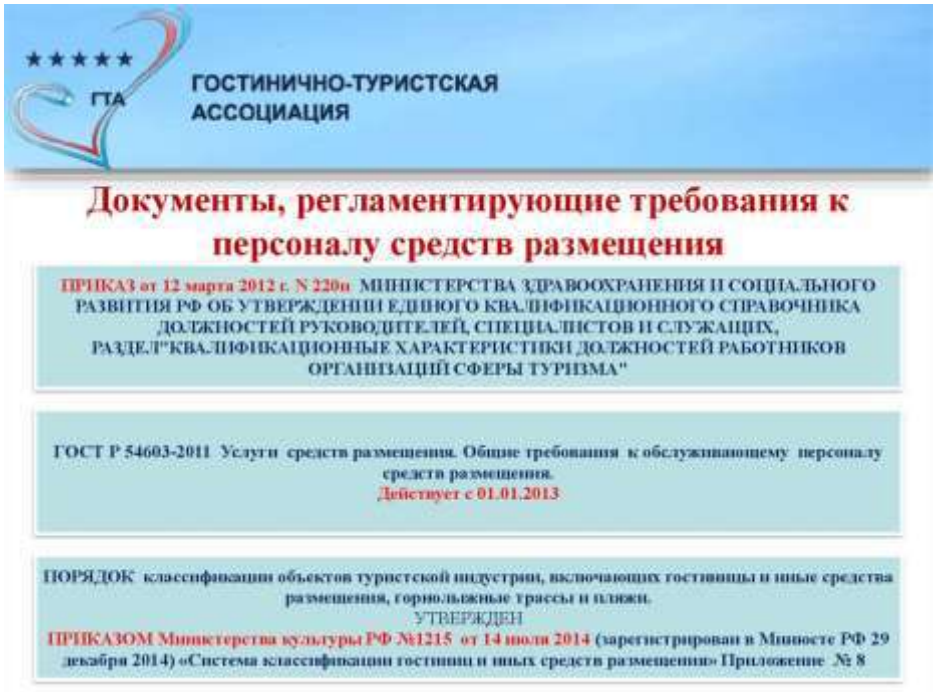
РАЗДЕЛ 3. Службы гостиниц, и особенности их функционирования

Тема 3.1. Требования, предъявляемые к сотрудникам гостиничных предприятий

Источник: https://ppt-online.org/562427



Источник: https://ppt-online.org/562427



Источник: https://ppt-online.org/562427

Тема 3.2. Организация работы с гостями гостиничных предприятий

Источник: https://склт.рф/student/praktika

Источник: https://склт.рф/student/praktika

РАЗДЕЛ 4. Государственное регулирование гостиничного дела

Тема 4.1. Государственное регулирование деятельности гостиничных предприятий

Источник:https://present5.com/kachestvo-i-bezopasnost-uslug-v-sfere-turizma-voprosy/

Источник: http://www.myshared.ru/slide/950972/

Тема 4.2. Работа гостиничных цепей и сетей

Крупнейшие гостиничные цепи мира

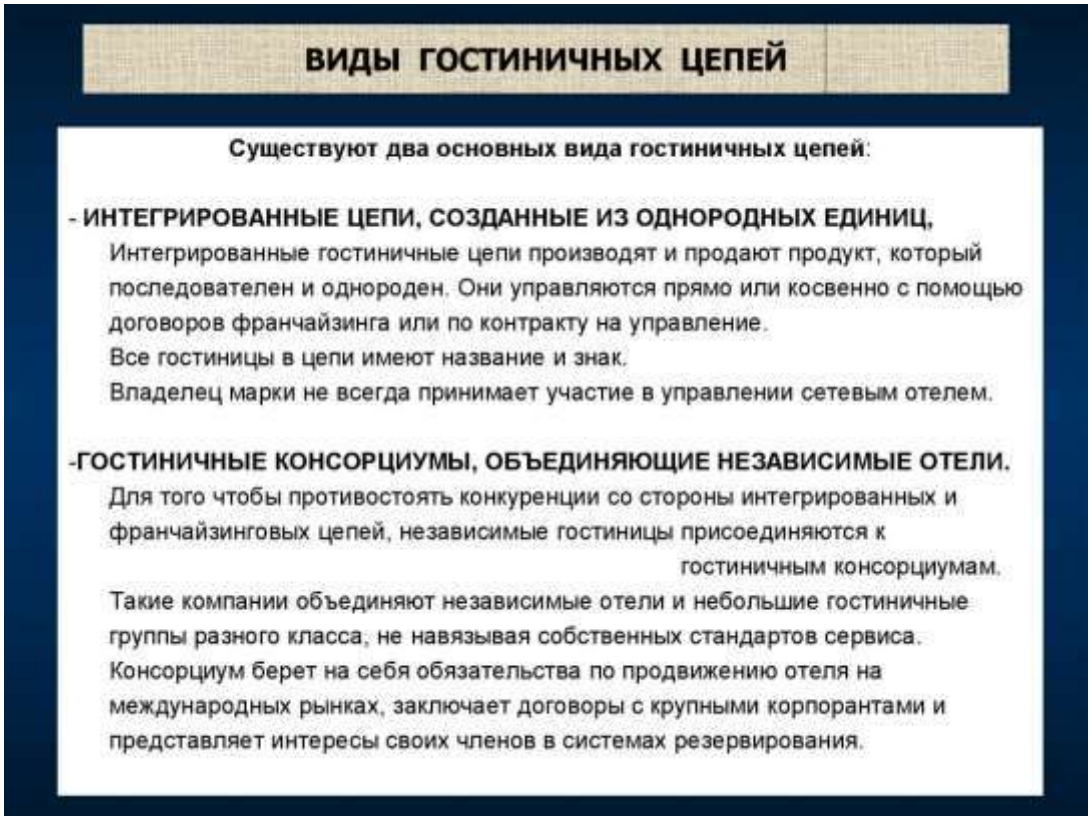
Гостиничная сеть	Компания-оператор, страна	Число гостиниц	Число номеров	Среднее кол-во номеров
Best Western	Best Western, США	4032	305387	76
Holliday Inn	International Hotels Group, Великобритания	1353	240601	185
Comfort Inns & Comfort Suites	Choice, США	2550	196689	77
Marriott Hotels, Resorts and Suites	Marriott International, США	531	193230	364
Hilton Hotels	Hilton, США	521	185000	357
Days Inn of America	Wyndham Hotel Group, США	1880	152 971	81
Sheraton Hotels, Suites and Resorts	Choice, США	1281	123042	95

Источник: https://present5.com/rekreacionnaya-geografiya-k-g-n-docent-strachkova-3/

Крупнейшие сети отелей в мире

Бренды, отели, номерной фонд, финансовый результат

Источник:https://www.forbes.ru/infographics/kompanii/241514-marriott-kak-ustroen-biznes-odnoi-iz-krupneishih-setei-otelei

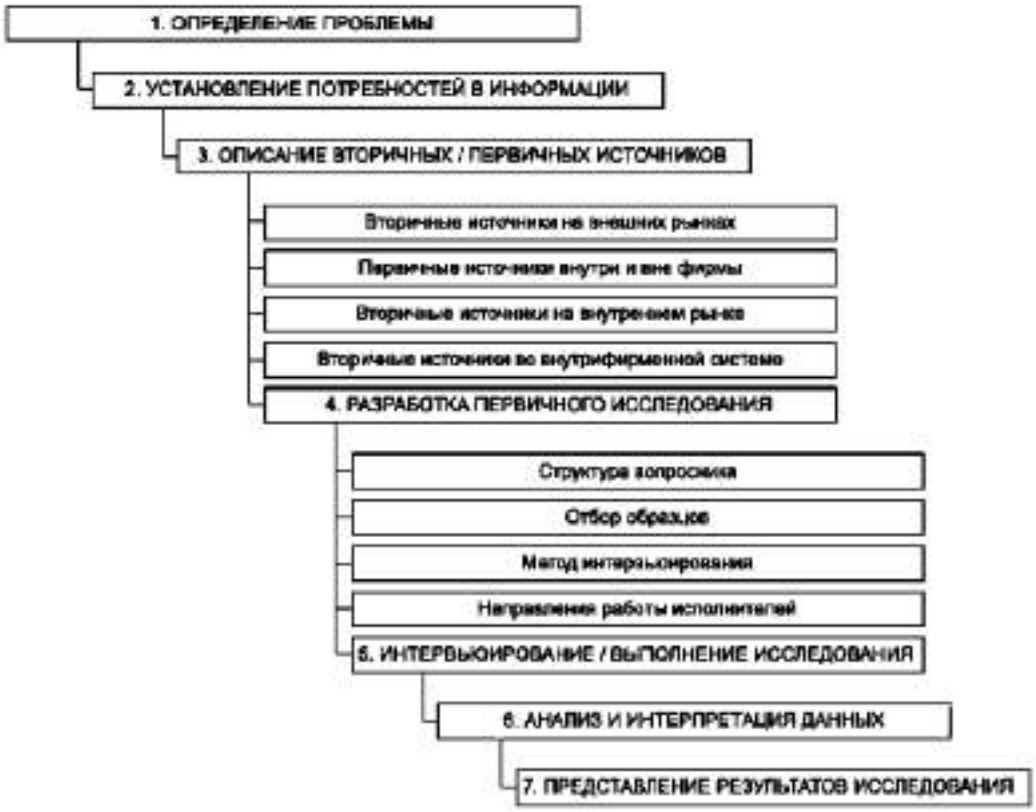


Источник: https://ppt-online.org/521918

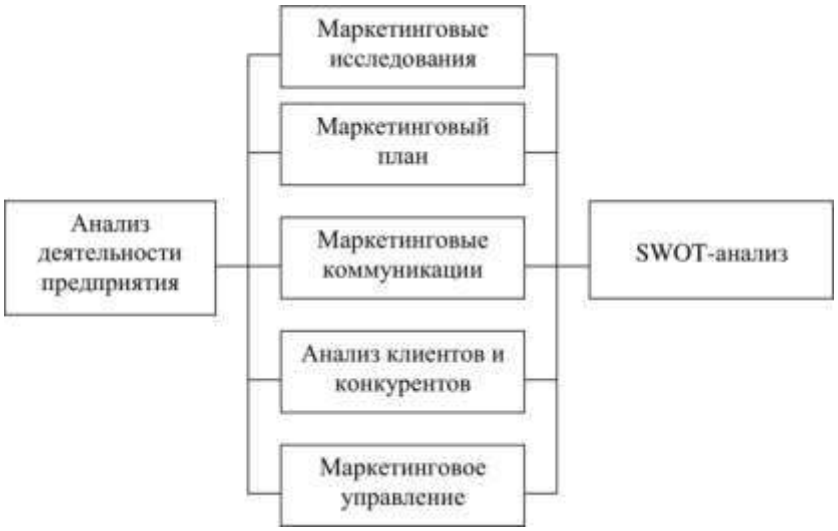
РАЗДЕЛ 5. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия

Тема 5.1. Маркетинговые технологии, используемые в гостиницах

Источник:https://studopedia.ru/25_61534_marketingovaya-sreda-gostinichnogo-predpriyatiya.html



Источник:https://studopedia.ru/25_61534_marketingovaya-sreda-gostinichnogo-predpriyatiya.html



Источник:https://m.studref.com/689286/turizm/sovremennoe_sostoyanie_marketinga_gostinichnyh_uslug

Тема 5.2. Продвижение гостиничного продукта

Источник: https://scilead.ru/article/1469-rol-reklami-v-gostinichnoj-deyatelnosti

Источник:https://present5.com/prodvizhenie-gostinicy-povyshenie-predannosti-klientov-g-moskva-maj/

РАЗДЕЛ 6. Технологии обслуживания в процессе проживания

Тема 6.1. Работа с гостем

Служба эксплуатации номерного фонда (хозяйственная служба)

- обеспечивает техническое обслуживание и ремонт жилых и вспомогательных помещений,
- подготовку их к заселению,
- уборку и вывод из эксплуатации номеров для косметического или планового ремонта.

Источник: https://ppt-online.org/191986

Портье

- отвечают за проверку документов клиентов,
- предоставляют номера прибывающим гостям,
- работают с жалобами клиентов,
- оформляют гостя при заселении в отель и выезде из него,
- снабжают постояльцев необходимой информацией.

Источник: https://ppt-online.org/191986

Сотрудникам гостиницы категорически запрещено:

- показывать гостю, нравится ли он вам или нет;
- читать гостю нравоучения;
- расспрашивать гостя о его личной жизни;
- прислушиваться к разговорам гостей;
- обсуждать с гостями проблемы личного или рабочего характера, вопросы политики и религии;
- ругаться с коллегами в присутствии гостей;
- показывать свое неодобрение нетрезвому клиенту

Источник: https://myslide.ru/presentation/istoriya-razvitiya-gostinichnogo-dela

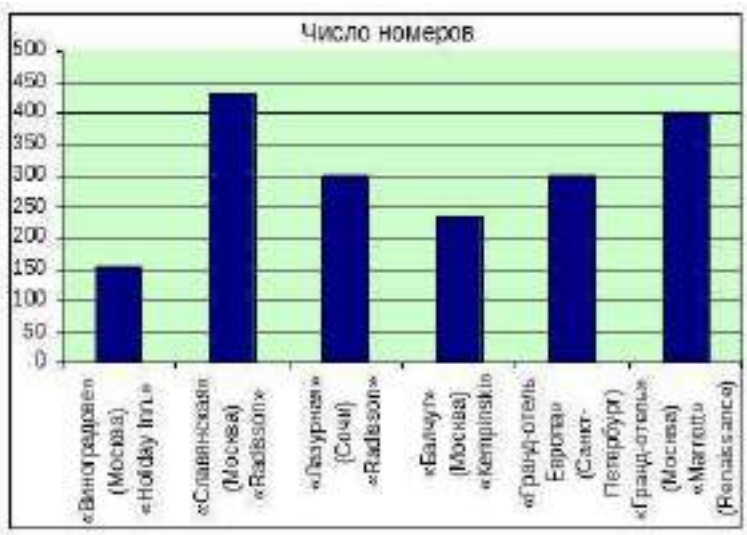
Тема 6.2. Обслуживание номера

Источник: http://www.myshared.ru/slide/1344136/

Источник: http://www.myshared.ru/slide/1344136/

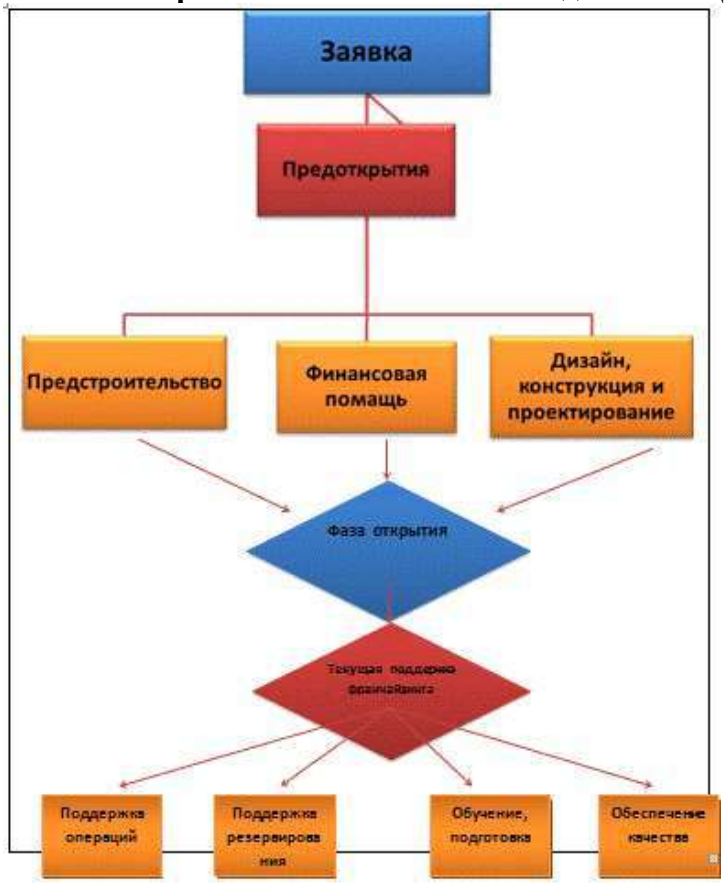
РАЗДЕЛ 7. Технологии создания транснациональных гостиничных цепей

Тема 7.1 История создания транснациональных гостиничных цепей (ТГЦ)



Первые крупные иностранные гостиничные цепи, начавшие работать в России

Тема 7.2. Франчайзинг как основа создания ТГЦ.



https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.bibliofond.ru%2Fview.aspx%3Fid%3D827448&psig=AOvVaw1BAYcsNAExBJS5jAeVMTJV&ust=1685793048775000&source=images&cd=vfe&ved=0CBMQjhxqFwoTCLDF5dDCpP8CFQAAAAAdAAAAABAE

Система франчайзинга в гостиничном бизнесе

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.bibliofond.ru%2Fview.aspx%3Fid%3D827448&psig=AOvVaw1BAYcsNAExBJS5jAeVMTJV&ust=1685793048775000&source=images&cd=vfe&ved=0CBMQjhxqFwoTCLDF5dDCpP8CFQAAAAAdAAAAABAE

РАЗДЕЛ 8. Специфика деятельности и управления ТГЦ

Тема 8.1. Технологии ТГЦ

Технология работы управляющей компании в индустрии туризма

Тема 8.2. Управление ТГЦ

Организация и управление гостиничной сетью

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для

студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.Технологии гостиничной деятельности.

2.РАЗДЕЛ 1. Предоставление гостиничных услуг.

Тема 1.1. Тенденции развития гостиничного хозяйства

3. Цели занятия.

-изучить процессы обслуживания потребителей гостиничных услуг на основе анализа рыночного спроса и потребностей потребителей и других заказчиков услуг

- изучить требования потребителей услуг гостиничных предприятий, анализ мотивации спроса на реализуемые гостиничные продукты

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предоставление гостиничных услуг в РФ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

К тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства, получившие развитие в последние десятилетия, следует отнести:

1) углубление специализации гостиничного и ресторанного предложений;

2) образование международных гостиничных и ресторанных цепей;

3) развитие сети малых предприятий;

4) внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий.

В последнее время наряду с традиционными полносервисными отелями и ресторанами все больше стали появляться специализированные предприятия с сокращенным набором предлагаемых услуг.

Специализация предприятий бывает самой разнообразной. Гостиницы могут ориентироваться на обслуживание представителей определенного сегмента туристского рынка: например, на клиентов, посвящающих свой отпуск игре в гольф, катанию на лыжах, иным турам и т.д., туристов, выезжающих на конгрессы, выставки, ярмарки и т.п..

Современное состояние гостиничного хозяйства России и наметившиеся в 90-х гг. тенденции развития гостиничной индустрии страны можно охарактеризовать следующими положениями:

1. Достижения гостиничной индустрии России являются очень скромными на фоне общемировой тенденции неуклонного роста, процветания и развития данной сферы деятельности. Это является наследием советского прошлого и самоизоляции страны, а также отсутствием государственного менеджмента в настоящем (в вопросах экономики и рационального использования национального капитала и богатства вообще и в вопросах туризма в частности).

2. Основной гостиничный фонд страны не соответствует международным стандартам. Исключением являются та элитная часть гостиничного фонда, которая принадлежала «Интуристу» и ЦК КПСС, а также построенные вновь или модернизированные гостиницы в Москве и Санкт - Петербурге с участием иностранных компаний.

3. Введенные в эксплуатацию высококомфортабельные гостиницы в Москве и Санкт - Петербурге с участием иностранных компаний позволили существенно сократить дефицит отелей высокого класса для богатой клиентуры (в основном направления делового туризма). Стоимость размещения в этих отелях сравнима со стоимостью размещения в крупнейших столицах мира. Несмотря на это, заполняемость отелей «люкс» остается на достаточно высоком уровне, хотя считается нецелесообразным введение в строй новых отелей такого класса в этих двух главных туристских городах России.

4. Подавляющая часть новых или модернизированных гостиниц входит в транснациональные гостиничные цепи и управляется профессиональными менеджерскими компаниями.

5. В Москве, Санкт - Петербурге и в целом в России дефицитом являются гостиницы уровня двух и трех звезд для приема и размещения как иностранных, так и отечественных туристов.

6. Большое количество гостиниц с устаревшим оборудованием, мебелью, неквалифицированным персоналом составляет фонд некатегорийных гостиниц, испытывающих большие проблемы по загрузке.

7. Начиная с 1992 г. количество отелей в России ежегодно уменьшается, особенно в регионах, сельской местности за счет отелей ведомственной принадлежности. Происходят перепрофилизация отелей (под офисы и другие цели), их разорение. Не хватает квалифицированного персонала и менеджеров, способных грамотно организовать работу отелей по привлечению клиентов и их обслуживанию.

Планы на развитие гостиничной индустрии в нашей стране огромны - увеличение числа гостиниц в категории 4-5*, при этом оснащая их огромными конференц - залами для проведения семинаров, конгрессов, тренингов бизнес - туристам. Планируется перевести часть отелей под международные бренды, улучшить номерной фонд наших старых отелей (типа «Колоса»). Всё это реально, если есть инвестиции. А инвестиции поступают большей частью именно из Европы и меньшей из казны. Но эти деньги мы расходуются не очень рационально - строятся отели категории 4-5*, когда их занятость составляет всего 55-60%. В то время как катастрофически не хватает отелей с категорией в 3*.

В Москве к 2010 году намечено увеличить число мест в гостиницах до 170-200 тысяч.

AMAX GrandHotels - российская гостиничная сеть - собирается переводить на единый бренд и реконструировать принадлежащие ей 14 отелей.

Эти прогнозы настраивают на хороший лад и вселяют надежду, что гостиничное хозяйство в России будет развиваться и идти только вперед.

Источник:
https://vuzlit.com/392166/sovremennee_tendentsii_razvitiya_gostinichnogo_hozyaystva_rossii

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите и охарактеризуйте факторы, влияющие на развитие гостиничного хозяйства

2. Сформулируйте основные тенденции развития гостиничного хозяйства в России

3. Перечислите основные этапы становления и развития гостиничного хозяйства

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 1. Предоставление гостиничных услуг.

Тема 1.2 Гостиничный продукт

3. Цели занятия.

- изучить процессы обслуживания потребителей гостиничных услуг на основе анализа рыночного спроса и потребностей потребителей и других заказчиков услуг

- изучить требования потребителей услуг гостиничных предприятий, анализ мотивации спроса на реализуемые гостиничные продукты

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие гостиничного продукта	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Состав гостиничного продукта	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Структура гостиничного продукта	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Формирование гостиничного продукта	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Гостиничный продукт — это услуга по предоставлению временного проживания в номере заранее оговоренной комфортности. По согласованию с клиентом, эта услуга может быть дополнена иными дополнительными услугами.

Специфика гостиничного продукта обусловлена его отличительными особенностями.

1. При продаже гостиничного продукта продается не сам номер, а право занять его на определенный срок. Предложение услуги требует присутствия того, кто оказывает ее, и того, кому она оказывается.

2. Работники гостиницы и клиенты должны знать обязательные условия, при которых оказывается услуга, за какие услуги клиенты должны заплатить заранее, а за какие — после их оказания.

3. Гостиничная услуга характеризуется изменчивостью, т.е. зависит от того, кто ее оказывает и при каких условиях. Одну и ту же услугу разные люди оказывают по-разному (например, одно и то же блюдо в ресторане разные повара могут приготовить по-разному), даже одним и тем же человеком услуга может быть оказана по-разному в зависимости от его настроения и самочувствия. В периоды, когда в гостинице постояльцев мало, к ним относятся более внимательно и услуги оказываются более качественно. При большом наплыве клиентов качество предоставляемых услуг может резко снизиться. Для того чтобы поддерживать качество обслуживания на должном уровне, во многих гостиницах вводятся стандарты обслуживания — свод обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, гарантирующих установленный уровень качества всех производимых операций. Наличие в гостинице стандарта обслуживания можно определить по следующим признакам:

- время ожидания ответа на звонок;
- время оформления постояльца при размещении (5,10,15 минут);

- время, затрачиваемое на оказание конкретной услуги (багаж доставляется в номер не позднее 3 мин после заселения клиента, стирка и чистка личных вещей проживающих укладываются в сутки);

- внешний вид и наличие униформы у персонала гостиницы;

- знание иностранных языков персоналом обслуживания.

4. Услуги не могут складироваться. Работа гостиницы зависит от текущего спроса, что обусловливает постоянную готовность персонала к оказанию услуг независимо от времени суток. Поэтому гостиницы вынуждены взимать плату за бронирование номеров, а в некоторых случаях даже за простой номера, если клиенты им не воспользовались.

5. Быстрота предоставления гостиничных услуг. Гостиничный сервис исключает медлительность. Все технологические операции в гостинице должны выполняться быстро и занимать у клиентов минимум времени. Например, в одной из гостиниц Токио максимальное время на оформление гостя, предварительно оплатившего проживание, и получение им ключей от номера не превышает 45 с, тогда как во многих гостиницах эта процедура занимает 10—15 мин.

6. Сезонный характер спроса на гостиничные услуги обусловливает необходимость владения достаточным резервом основных фондов, рассчитанным на период наибольших заездов.

7. Стоимость гостиничной услуги зависит от цели путешествия. Планируя путешествие, человек ставит перед собой разные цели — развлечься, отдохнуть, поправить здоровье. Сначала он выбирает место посещения, после чего выбирает подходящую гостиницу.

8. Гостиничные услуги должны быть безопасны, т.е. не должны наносить вреда здоровью постояльцев, обеспечивать сохранность их имущества и способствовать охране окружающей среды. Персонал гостиницы должен знать правила поведения в чрезвычайных ситуациях. Каждая гостиница должна иметь сертификат соответствия на безопасность оказываемых услуг, необходимость применения которого связана с переходом России к рыночной экономике и со вступлением в ВТО.

Источник: https://studref.com/640340/turizm/gostinichnyy_produkt

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите характеристики гостиничного продукта
2. Сформулируйте особенности гостиничного продукта
3. Перечислите свойства гостиничного продукта

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 2. Особенности организации гостиничного хозяйства.

Тема 2.1 Состав и структура фондов гостиничного предприятия

3. Цели занятия.

- изучить мероприятия по продвижению гостиничных продуктов

- научиться проводить мероприятия по продвижению гостиничного продукта

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Состав гостиничного фонда, технологии обслуживания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В экономической теории и практической деятельности предприятий используются понятия «основной капитал», «основные фонды» и «основные средства».

Основной капитал — это денежная оценка основных фондов как материальных ценностей, имеющих длительный период функционирования. Основные фонды переносят свою стоимость на производимый продукт по частям.

Основными фондами являются произведенные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода (не менее одного года) для производства товаров, оказания рыночных и нерыночных услуг. В соответствии с действующей классификацией в состав основных фондов входят объекты производственного и непроизводственного назначения. К первым относятся основные фонды промышленного, строительного, сельскохозяйственного назначения, автомобильного транспорта, связи, торговли и прочих видов деятельности материального производства. Непроизводственные основные фонды предназначены для обслуживания нужд жилищно-коммунального хозяйства, здравоохранения, просвещения, культуры. Основные фонды предприятия подразделяются на материальные и нематериальные.

По натурально-вещественному признаку основные фонды подразделяются на здания, сооружения, передаточные устройства, машины и оборудование, транспортные средства, инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь, рабочий скот, многолетние насаждения и др.

По степени участия в производственном процессе основные фонды бывают активные и пассивные. Активная часть (машины, оборудование) непосредственно влияет на производство, количество и качество продукции (услуг). Пассивные элементы (здания, сооружения) создают необходимые условия для производственного процесса.

Основные производственные фонды предприятий совершают хозяйственный кругооборот, который состоит из следующих стадий:

1) износ основных фондов;

2) амортизация;

3) накопление средств для полного восстановления основных фондов;

4) их замена путем осуществления капитальных вложений.

Любые объекты основных фондов подвержены физическому и моральному износу, т.е. под влиянием физических сил, технических и экономических факторов они постепенно утрачивают свои свойства, приходят в негодность и не могут далее выполнять свои функции.

Физический износ частично восстанавливается путем ремонта, реконструкции и модернизации основных фондов. Моральный износ проявляется в том, что устаревшие основные фонды по своей конструкции, производительности, экономичности, качеству выпускаемой продукции отстают от новейших образцов. Поэтому периодически возникает необходимость замены основных фондов, особенно их активной части. В современной экономике главным фактором, определяющим необходимость замены основных фондов, является их моральный износ.

Материальные основные фонды (основные средства) — это часть имущества предприятия, используемая в качестве средств труда при производстве товаров или управлении деятельностью фирмы в течение длительного периода времени и переносящая свою стоимость на готовый продукт (работы, услуги) по частям, по мере их износа, т.е. в виде амортизационных отчислений.

Основные средства являются составной частью материально-технической базы. Понятие «материально-техническая база» шире понятия «основные средства». Кроме собственных основных средств материально-техническая база включает в себя часть основных средств, принадлежащих другим хозяйствующим субъектам и гражданам, которые предоставили их в аренду гостиничному предприятию.

Основные средства играют ключевую роль в эффективной работе гостиничного предприятия. Для учета основных средств, определения их состава и структуры необходима их классификация. Согласно Положению по бухгалтерскому учету «Учет основных средств», существуют следующие классификации и группы основных средств:

• здания (кроме жилых), которые в гостиничной деятельности подразделяются:

— на основные (гостиницы в комплексе и отдельно стоящие, спальные корпуса, спортивные комплексы с бассейном идр.),

— вспомогательные (котельные, прачечные, материальные и производственные склады, овощехранилища, гаражи, склады спортивного инвентаря);

• сооружения, к которым в гостиничной деятельности относятся:

— артезианские скважины пресной и минеральной воды, насосные станции, бассейны, включая их фундамент, обогревательные устройства и арматура,

— берегоукрепительные сооружения, подпорные стены, фонтаны, канализационные сооружения и другие коммунальные сооружения,

— спортивные площадки, теннисные корты, гребные и лодочные станции, аттракционы, парковые дорожки, скульптуры, ограждения, туристские маршруты;

• машины и оборудование, к которым относятся устройства, преобразующие энергию, материалы и информацию — силовые рабочие машины и оборудование к ним, генераторы, производящие тепловую и электрическую энергию, оборудование систем связи, средства измерения и управления, вычислительная техника и оргтехника, средства хранения информации;

• жилища — здания, предназначенные для временного проживания (щитовые домики, используемые в комплексе в летний период);

• транспортные средства — средства передвижения, предназначенные для передвижения людей и грузов;

• инвентарь:

— производственный — предметы технического назначения, которые участвуют в производственном процессе, но не могут быть отнесены ни к оборудованию, ни к сооружениям (пылесосы, поломоечные машины, кондиционеры и т.п.),

— хозяйственный — ковровые дорожки, магнитофоны, спортинвентарь и т.д.;

• скот рабочий, продуктивный и племенной (кроме скота для убоя) — лошади, верблюды, ослы, коровы, овцы;

• насаждения многолетние — озеленительные и декоративные растения на территории гостиничных предприятий, плодово- ягодные насаждения всех видов, живая природа и т.д.

Основные средства гостиничного предприятия состоят из пассивной и активной частей. К пассивной части относятся здания, сооружения, зоны отдыха, туристские маршруты и др., к активной части — подвижной состав, холодильное оборудование, компьютеры, кассовые аппараты, средства связи, снаряжение со сроком службы более одного года, инвентарь. Если предприятие наряду с оказанием гостиничных услуг занимается производством материальных благ (изготовлением туристского снаряжения, ремонтом подвижного состава и др.), то к активной части относятся станки, машины, приборы и т.д.

Специфика отрасли гостеприимства состоит в том, что пассивная часть основных средств гостиничного предприятия (средства размещения, гостиничный комплекс) является по существу активной частью. Средства размещения не только создают условия для производственного процесса, но и являются материальной базой самого производственного процесса. На их базе воспроизводятся прибавочная стоимость и прибавочный гостиничный продукт.

Свою специфику в туристско-гостиничной деятельности имеют также природные ресурсы — земельные, лесные, водные пространства, которые создают условия для производственного процесса. Применение любых форм труда (например, сооружение стоянок) свидетельствует о том, что природные ресурсы превращаются в сырьевую материальную базу сферы туризма и гостеприимства.

Источник: https://bstudy.net/618045/turizm/osnovnye_fondy_gostinichnogo_predpriyatiya

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите нематериальные фонды гостиничного предприятия
2. Сформулируйте понятие основных фондов
3. Перечислите основные материальные фонды гостиничного предприятия

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 2. Особенности организации гостиничного хозяйства.

Тема 2.2 Технологии взаимодействия с гостями предприятий гостеприимства

3. Цели занятия.

- изучить мероприятия по продвижению гостиничных продуктов
- научиться проводить мероприятия по продвижению гостиничного продукта

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технологии взаимодействия персонала с потребителями	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Гостиница - коммерческое предприятие, производящее и предлагающее на рынке свой «товар», продукт в виде комплекса услуг, среди которых основными являются услуга размещения и услуга питания.

При рассмотрении гостиничных услуг как продукта выделяют три уровня услуг:

- отдельные услуги и группы услуг;
- продукт «гостиница» как комплекс услуг;
- продукт «гостиница» как комплекс услуг+дополнительные услуги.

Услуга - это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. Понятие «услуга» имеет универсальное значение, она нематериальна и не сохраняема, услугу нельзя измерить, ее можно только оценить.

Содержание услуги размещения состоит в следующем: во-первых, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера); во-вторых, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы - портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборке гостиничных номеров и т.д.

Гостиничные номера - основной элемент услуги размещения -многофункциональные помещения, предназначенные для отдыха, сна, работы проживающих гостей. Поскольку гостиничные номера используются гостями преимущественно в вечернее и ночное время, важнейшей их функцией является обеспечение возможности сна. Значимость других функций прежде всего зависит от назначения гостиницы и потребностей гостей. Например, в гостиницах делового назначения очень важна такая функция номеров, как обеспечение гостю возможности поработать, т.е. здесь необходимы письменный стол, телефон, факс, компьютер и т.д.

Предоставление гостиничной услуги требует активного участия как потребителя, так и исполнителя, причем осуществление этой услуги происходит на территории исполнителя. Персонал, производящий услуги, имеет непосредственный контакт с потребителем, и последний рассматривает его как неотделимую часть самой услуги. Качество гостиницы в значительной степени оценивается гостем по поведению персонала.

Неосязаемость. Гостиничный продукт (как и любая другая услуга) не осязаем. Услуги нематериальны, их нельзя оценить до того, как услуга будет потреблена, они существуют только в процессе оказания и потребления. Услугу нельзя осмотреть перед употреблением, она предстает как некое обещание, что предполагает высокое доверие к тому, кто ее оказывает.

Невозможность производства гостиничного продукта впрок, складирования, хранения. Гостиничный продукт рассчитан на удовлетворение реальных потребностей, имеющихся в данный момент (сиюминутный спрос). Если услуга вовремя и качественно не оказана, то потенциальный доход гостиницы теряется и не может быть восполнен.

Непостоянство качества. Услуги сферы гостеприимства отличаются изменчивостью, их качество зависит от того, кто их оказывает и при каких условиях. Состояние оказывающего услугу в момент ее производства может очень сильно повлиять на ее качество. Один и тот же человек может прекрасно обслуживать клиента сегодня и значительно хуже завтра по множеству причин (например, плохое самочувствие, семейные проблемы и т.п.).

Сезонный характер спроса. Гостиничные услуги подвержены сезонным колебаниям. Спрос на гостиничный продукт (размещение и другие услуги) может колебаться каждый день, неделю или сезон. Например, большинство туристов отдыхает в летние месяцы, следовательно, и спрос на услуги гостиниц в этот период значительно возрастает.

Взаимозависимость гостиничных услуг и цели путешествия (поездки). На реализацию гостиничного продукта значительное влияние оказывают действия туроператоров и турагентов, ведь гостиничный бизнес очень тесно связан именно с туристической деятельностью.

Если компания нацелена на клиента и одним из ее конкурентных преимуществ является качество обслуживания, то неизбежным этапом в развитии такой компании является введение корпоративных стандартов обслуживания и целой системы их поддержания и развития. Единые стандарты обеспечивают всем клиентам компании одинаково высокий уровень обслуживания, т.к. содержат одинаковые для всех сотрудников правила поведения. Правильно разработанные и реализуемые стандарты обслуживания способствуют формированию положительного имиджа торговой компании, а значит, и завоеванию лояльности клиентов.

Стандарты обслуживания клиентов - совокупность внутренних документов компании, устанавливающих общие правила обслуживания клиентов, порядок действий сотрудников в типовых ситуациях, способы реагирования в нетиповых ситуациях, устанавливаются критерии правильности действий. Стандарт обслуживания является частью общего стандарта деятельности компании.

Стандарты обслуживания клиентов:

- привносит в бизнес порядок, а это дает клиентам уверенность, что сотрудники компании знают свое дело;

- обеспечивается возможность контролировать процесс продаж, обслуживания клиентов и иной работы сотрудников, а также создавать систему мотивации, поскольку

стандарты напрямую связаны с оценкой и обучением. Оценка стандартов обслуживания является неотъемлемой частью работы с персоналом в крупных компаниях.

- стандарт представляет собой практический инструмент для адаптации новых сотрудников в коллективе и их вовлечения в бизнес-процесс обслуживания клиентов на должном уровне.

Таким образом, стандарты вводятся в целях повышения качества обслуживания клиентов компании, унификации профессиональных и этических норм, применяемых сотрудниками компании, создания необходимых алгоритмов деятельности направленных на оказание услуг высшего качества.

В стандартах обслуживания прописывается процесс работы с клиентом, типовая структура документа обычно бывает следующей:

1. Политика компании в отношении обслуживания клиентов
2. Общение по телефону;
3. Внешний вид персонала;
4. Поведение продавцов-консультантов в торговом зале;
5. Четкие правила взаимодействия с клиентом на каждом этапе процесса обслуживания
6. Правила поведения в конфликтных и нестандартных ситуациях

Наиболее распространенными ошибками при разработке и внедрении стандартов обслуживания являются:

1. Слишком общие, не конкретные формулировки стандартов работы с клиентами;
2. Неправильные стандарты (обязательные действия персонала приводят к неудовлетворенности покупателя сервисом), стандарты не совпадают с ожиданиями клиентов;
3. Стандарты внедряются «для галочки», без четкого понимания их необходимости;
4. Неэффективная система внедрения разработанных стандартов обслуживания;
5. Отсутствие системы контроля выполнения стандартов.

5. Технологии обслуживания

Передовая технология обслуживания - это совокупность всех существующих и применяемых отелем организационных, технологических, маркетинговых, финансовых, кадровых и других инструментов, методов и способов ведения бизнеса.

Примерами простейших технологий в гостиничном бизнесе могут служить технологии уборки номеров, приготовления различных блюд в ресторанах, стандарты сервировки, манера обращения с гостями, стандарты телефонного этикета, способы продвижения услуг на рынок и т.д. Использование таких технологий должно позволять гостинице извлекать выгоду из своей позиции на рынке и развивать сервисные и сбытовые возможности для увеличения своего конкурентного преимущества.

С целью выявления новых важных направлений нужно собрать информацию об уже существующих и появляющихся технологиях, которые можно применить для ведения бизнеса. При этом необходим обзор не только гостиничных технологий, но и тех, которые используют партнеры, поставщики и сами клиенты. Поиск целесообразно также вести в смежных и даже далеких от гостиничного бизнеса отраслях.

Источник:https://bstudy.net/907199/ekonomika/tehnologiya_organizatsiya_obsluzhivaniya_industrii_gostepriimstva

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите виды гостиничных услуг
2. Сформулируйте особенности гостиничных услуг
3. Перечислите стандарты обслуживания гостей

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 3. Службы гостиниц, и особенности их функционирования.

Тема 3.1 Требования, предъявляемые к сотрудникам гостиничных предприятий

3. Цели занятия.

- научиться проводить мероприятия по продвижению гостиничных продуктов

- изучить требования потребителей услуг гостиничных предприятий, анализ мотивации спроса на реализуемые гостиничные продукты

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Функции, знания, умения, навыки сотрудников служб и отделов гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Все гостиничные службы в зависимости от наличия контакта с гостем относятся к одному из двух уровней: первый уровень — службы, персонал которых имеет непосредственный контакт с гостем (контактные службы); второй уровень — службы, персонал которых практически не контактирует с гостем (неконтактные службы).

В гостиничной индустрии подобное разграничение служб является очень важным, поскольку определяет требования, предъявляемые к персоналу. Так, важнейшими требованиями, предъявляемыми к персоналу неконтактных служб, являются наличие специального образования и опыта работы в данной сфере. Персонал контактных служб должен отвечать таким важнейшим требованиям, как1:

1) безупречное поведение (вежливость, тактичность, внимательность, предупредительность в отношении посетителей в пределах своих должностных обязанностей);

2) знание этики и психологии общения;

3) коммуникабельность (способность персонала создавать атмосферу гостеприимства, избегать конфликтных ситуаций);

4) знание иностранных языков;

5) опрятный и привлекательный внешний вид (соответствующие прическа, одежда, маникюр, макияж, украшения);

6) ограничение возраста (например, возраст портье по приему не более 30 лет).

Кроме вышеперечисленных требований следует рассмотреть и обязательные требования, которые предъявляются к обслуживающему персоналу гостиниц. Их можно условно разделить на пять основных групп:

1) профессиональная подготовка;

2) знание иностранного языка;

3) правила поведения;

4) медицинские показатели и требования;

5) униформа.

Рассмотрим каждую группу требований более подробно.

Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации обязательны для всех работников организации сферы туризма и услуг. Степень подготовки персонала должна соответствовать уровню предоставляемых компанией услуг.

Знание иностранного языка также является крайне важным фактором. Уровень знания персоналом иностранных языков различается в зависимости от статуса гостиницы. Например, для гостиниц категории «1 звезда» и «2 звезды» достаточно знание работниками службы приема и размещения одного иностранного языка. Для гостиниц категории «3 звезды» и «4 звезды» всему персоналу, имеющему контакты с проживающими, необходимо знание в

достаточном объеме минимум двух языков международного общения или других языков, наиболее употребляемых клиентами гостиницы в этом регионе. Для гостиниц категории «5 звезд» всему персоналу, имеющему контакты с проживающими, необходимо свободное владение минимум тремя иностранными языками.

Персоналом гостиницы должны соблюдаться правила поведения. Так, персонал, обслуживающий туристов, должен создавать гостеприимную, теплую дружескую атмосферу, обязан проявлять терпение и сдержанность в отношении каждого клиента.

При приеме персонала должны соблюдаться все медицинские показатели и требования. Работники в обязательном порядке должны проходить медицинские осмотры (освидетельствования) для получения специального сертификата.

Персонал любых категорий должен носить фирменную одежду (униформу), в ряде случаев необходимо наличие личного значка с указанием имени и фамилии. Форма сотрудников должна быть безупречной и опрятной.

Приведем перечень общих требования, предъявляемых к персоналу предприятий питания, обслуживающих гостиничные комплексы.

1. Повара, официанты, метрдотели принимаются только на основе конкурса, состоящего из квалификационных испытаний и тестирований.

2. Метрдотели, официанты, бармены обязаны владеть как минимум одним из европейских языков. В бригаде должны быть официанты, знающие разные языки.

3. Каждые пять лет необходимо осуществлять переаттестацию производственного, обслуживающего, административно-управленческого и технического персонала для подтверждения или повышения ими квалификационного разряда.

4. Каждые три года должна проводиться профессиональная переподготовка работников туристского предприятия, для чего их отправляют на курсы повышения квалификации.

5. Предприятие обязано выдать всем работникам специально изготовленную форменную или санитарную одежду и обувь установленного для данного предприятия образца. Униформа должна быть качественной, чистой и не иметь видимых повреждений.

6. Часть персонала предприятия питания, непосредственно обслуживающая туристов, на форменной одежде должна носить личный значок с эмблемой предприятия, должностью, фамилией и именем.

7. Метрдотель должен быть одет в униформу официального стиля. Это может быть смокинг или фрак.

8. Работники обслуживающего персонала отеля должны иметь приятный внешний вид, быть аккуратными и вежливыми.

9. В отношении постояльцев персонал должен быть максимально внимателен, доброжелателен и вежлив, но не навязчив. Конфликтные ситуации разрешаются администратором, метрдотелем или директором предприятия.

10. Ни в коем случае работники не должны заниматься посторонними делами на рабочем месте.

11. Работники кухни, а также технический и вспомогательный персонал в санитарной и специальной одежде имеют право появляться в помещениях для посетителей, только если это связано с выполнением их прямых обязанностей.

Таким образом, к персоналу гостиницы предъявляются высокие требования, невыполнение которых может неблагоприятно отразиться на престиже всего отеля.

Источник:https://studref.com/333873/turizm/trebovaniya_personalu_gostinichnogo_predpriyatiya

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите требования к обслуживающему персоналу гостиничных предприятий
2. Сформулируйте правила поведения для персонала гостиничных предприятий
3. Перечислите требования, касающиеся униформы персонала

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 3. Службы гостиниц, и особенности их функционирования.

Тема 3.2 Организация работы с гостями гостиничных предприятий

3. Цели занятия.

- научиться проводить мероприятия по продвижению гостиничных продуктов
- изучить требования потребителей услуг гостиничных предприятий, анализ мотивации спроса на реализуемые гостиничные продукты

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Структура служб гостиничного предприятия первого и второго плана	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Организация обслуживания клиентов в гостиницах характерна цикличностью - последовательным повторением процесса обслуживания гостя от времени его прибытия и до отъезда. Технологический цикл обслуживания - это унифицированный стандартный объем услуг с определенной последовательностью их предоставления, которыми намерен воспользоваться клиент и предлагает средство размещения.

Технологический алгоритм гостевого цикла условно включает четыре этапа:

1) бронирование;

2) прибытие клиента в отель, регистрация и размещение клиента;

3) проживание и обслуживание гостя в отеле;

4) выезд, окончательная оплата гостем услуг отеля.

Первая фаза гостевого цикла начинается с общения потенциального клиента с персоналом отеля задолго до прибытия гостя в средство размещения. Это осуществляется через телекоммуникационные средства и связано с возможностью предварительного заказа (бронирование).

Информация о возможности бронирования номеров (мест) может поступать из разных источников - постоянных и эпизодических

Постоянные источники заявок на бронирование поступают от туристических агентов по продаже, компаний, фирм, которые организуют выставки, конференции, семинары, а также от промышленных и других компаний, близкими в расположении к гостинице, что обусловливает необходимость размещения сотрудников, партнеров по бизнесу.

Эпизодические (единичные) заявки на бронирование поступают от физических лиц или компаний, у которых возникла необходимость в одноразовом размещении в гостинице.

В процессе первого потенциального контакта клиент получает от работника отеля весомую информацию о структуре услуг, расположения известных объектов, тарифы и т.п. или может подтвердить важную для себя другую информацию о средстве размещения. Общение завершается внесением работником службы ресепшена заявки клиента в журнал регистрации календарного бронирование номеров и учета клиентов. Журнал регистрации заявок бронирования номеров и учета клиентов в отеле, кроме прогнозирования и планирования объемов загрузки отеля, рационально распределяет на перспективу затраты усилий и ресурсов в создании гостиничного продукта, движения финансовых ресурсов, определяет необходимое количество штатных работников и т.д.

В течение первой фазы гостевого цикла происходит окончательная подготовка средства размещения к приему гостя - до прибытия подтверждается факт его приезда, вероятно частичное изменение срока прибытия, необходимость трансфера, предусмотренного услугами отеля, экскурсионные услуги, направленные на ознакомление с культурно-историческими особенностями города. В канун поселения осуществляют окончательную санитарную подготовку номера.

Вторая фаза гостевого цикла связана с встречей гостей на вокзале, в аэропорту, трансфер в отель, регистрацией и размещением клиента в гостинице.

Встреча гостей и трансфер в отель имеют важную психологическую и анимационную функцию, ведь первые впечатления от контакта с персоналом, городом, отелем, клиенты воспринимают ярче всего, к тому же, встреча и трансфер меньше утомляют гостей. Большой момент в гостиничном бизнесе; слишком уставший, недовольный клиент - это потерянные деньги от неиспользования им дополнительных услуг гостиницы, в процессе трансфера целесообразно предоставить информацию клиенту об особенностях положения отеля относительно важных объектов социально-культурной, деловой инфраструктуры города.

С прибытием в отель вторая фаза гостевого цикла причастна к организации поселения гостей. Клиент получает информацию об услугах, особенности организации работы средства размещения, его планирование, оплачивает проживание, и заранее оговариваются дополнительные и сопутствующие услуги отеля, следовательно, эта фаза выполняет также информационную, адаптационную и коммуникационную функции.

Третья фаза гостевого цикла самая важная и связана с обслуживанием гостей.

В отдельных гостиницах завершающая фаза гостевого цикла связана с трансфером гостей на вокзал. Внедрение этой услуги будет стимулировать гостей повторно посетить средство размещения, благодаря комфортности, и индивидуальному подходу в процессе предоставления услуг.

Коммерческое гостеприимство предполагает, что за свои деньги клиент гостиничного предприятия рассчитывает не только за стол и кров, но и на особое отношение - внимательное, доброжелательное и сердечное.

Максимально полное удовлетворение потребностей клиента лежит в основе любого бизнеса, и гостиничное хозяйство не является исключением. В сфере гостиничного хозяйства решить вышеозначенные задачи помогает достижение определенного уровня обслуживания, когда между клиентом и персоналом гостиницы устанавливается доверительная атмосфера. Каждая организация самостоятельно разрабатывает культуру обслуживания, действуя в рамках общепринятых правил и в соответствии с политикой каждого конкретного предприятия, специализирующегося в сфере услуг. Культура - многоплановое и сложное понятие, у которого несколько сотен определений, рассматривающих это явление в разных его аспектах.

В данном случае культура интересует нас как степень развития человека и сфер его деятельности. Применительно к сфере услуг, оказываемых на предприятиях коммерческого гостеприимства, культура - это уровень развития процесса обслуживания, который получает выражение в разных аспектах - эстетическом, психологическом, этическом, организационно-техническом и других.

В состав такого понятия, как культура обслуживания, входят следующие элементы:

Внешний вид гостиницы способствует созданию благоприятного впечатления еще до его непосредственного обслуживания, помогает сформировать в сознании гостя уникальный образ, присущий конкретному предприятию. Собственный стиль, отличающий каждое предприятие от других, подобных ему, наводит на мысль о вкусе владельцев предприятия и их компетентности в том, что касается сервиса. Именно интерьер сообщает клиенту назначение гостиницы. К примеру, в отелях бизнес-класса, где проживают и работают люди во время командировок, уместно использовать в оформлении интерьера сдержанных цветов и силуэтов, которые не будут отвлекать гостя и настроят его на деловой лад, но при этом будут действовать расслабляющее в часы досуга.

Отели, кроме предложения номеров, могут для комфортного проживания предоставлять (в соответствии с категорией, специализацией, размерам и др.) определенный объем дополнительных услуг. Каждое гостиничное предприятие, независимо от функциональных характеристик, должно выдвигать перед собой основную цель - в течение всего срока пребывания в нем гостей приблизить условия проживания клиента к домашним, создать возможности для эффективной работы, отдыха, развлечений. В гостиницах с высоким уровнем обслуживания действуют бизнес-центр, бюро обслуживания, оздоровительный центр, услуги предложения автотранспорта и т.д. Дополнительные и сопутствующие и услуги также обеспечивают доходы отелей, доля доходов от предложения таких услуг может достигать до 30%.

Профессионализм персонала, рационально построенный процесс обслуживания гостей - это своеобразные инвестиции на перспективу в гостиничном бизнесе, ведь впоследствии они окупятся финансово во время повторного визита у клиентов, вероятно, их родственников, знакомых, привлеченных положительным откликом о надлежащем уровне сервис.

В четвертой фазе гостевого цикла происходит полный расчет клиента за проживание и предоставленные дополнительные платные услуги. Во время окончательного расчета необходимо пересмотреть точность счета и соответствие всех начислений за срок его пребывания в отеле. Гость подтверждает правильность счета и ставит подпись. Нужно всегда обращать внимание гостя на проверку правильности начисления суммы, а если допущена ошибка - внести соответствующие изменения и извиниться перед клиентом.

Источник:https://studbooks.net/889952/marketing/organizatsiya_obsluzhivaniya_gostey_gostinichnom_predpriyatii

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите основные службы гостиничных предприятий
2. Сформулируйте порядок процесса обслуживания гостей в гостиничных предприятиях
3. Перечислите функции службы номерного фонда

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 4. Государственное регулирование гостиничного дела.

Тема 4.1 Государственное регулирование деятельности гостиничных предприятий

3. Цели занятия.

- изучить процессы обслуживания потребителей гостиничных услуг
- научиться анализировать мотивацию спроса на реализуемые гостиничные продукты

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Государственное регулирование в РФ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Зарубежный опыт государственного регулирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Государственное регулирование деятельности по оказанию гостиничных услуг осуществляется посредством нормативно - правового регулирования данной сферы и создания благоприятных условий для её развития. Нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиничных предприятий:

1. Международные гостиничные правила. Целью является кодификация общепринятой международной торговой практики, регулирующей вопросы договора на размещение в гостинице. Они призваны проинформировать гостя и владельца гостиницы об их взаимных правах и обязанностях. Данные правила являются дополнением к положениям, предусмотренным в национальных законодательствах о договорных отношениях. Они применяются, когда такое законодательство не включает специфичных положений, касающихся договора на размещение в гостинице.

2. Международная гостиничная конвенция. Конвенция применяется по отношению к гостиничным контрактам международного характера, заключенным между владельцами гостиниц и турагентами, чье местонахождение или местонахождение их предприятий зарегистрировано в разных государствах. Конвенция призвана регулировать подписание и исполнение гостиничных контрактов, которые заключают турагенты и владельцы гостиниц, взявшие на себя обязательства соблюдать правила данной Конвенции или использующие их в своей повседневной практике при заключении договоров. Конвенция регулирует два вида гостиничных контрактов: контракты по продаже гостиничных услуг индивидуальным клиентам; контракты по продаже гостиничных услуг группе клиентов. Международной конвенцией определены этапы и правила заключения гостиничного контракта по каждому виду контракта.

3. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации разработаны на основе Закона Российской Федерации “О защите прав потребителей”, действующего законодательства и регулирующего отношения между потребителями и исполнителями в сфере предоставления гостиничных услуг. Гостиница предназначена для временного проживания граждан на срок не свыше двух месяцев, независимо от места прописки. Проживание свыше двух месяцев возможно только с разрешения исполнителя. В данном документе отражается информация об услугах, порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг; порядок предоставления услуг; Ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг.

4. Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения. Настоящий документ устанавливает цели, организационную структуру и порядок проведения работ в Системе классификации гостиниц и других средств размещения на категорию "пять звезд", "четыре звезды", "три звезды", "две звезды", "одна звезда", регулирует порядок классификации гостиниц и других средств размещения. Классификация гостиницы и другого средства размещения осуществляется на добровольной основе. Система вправе взаимодействовать с зарубежными системами классификации средств размещения, является открытой для участия в ней предприятий различных организационно-правовых форм и ИП, оказывающих услуги средств размещения и признающих и выполняющих ее правила, предусматривает свободный доступ к информации о ее правилах, участниках и результатах классификации для исполнителей и потребителей услуг средств размещения, общественных организаций и т. д. Основными целями Системы являются: обеспечение стабильности качества обслуживания в средствах размещения; гармонизация критериев классификации средств размещения в Российской Федерации Рекомендациями Всемирной туристской организации (ВТО) и с учетом существующей зарубежной практики; дифференциация средств размещения в зависимости от ассортимента и качества предоставляемых услуг; оказание помощи потребителю в компетентном выборе услуг средства размещения; обеспечение

потребителя достоверной информацией о том, что категория средства размещения подтверждена результатами классификации и соответствует категории, установленной в нормативных документах, принятых в Системе; повышение конкурентоспособности гостиниц и других средств размещения; содействие развитию въездного и внутреннего туризма за счет укрепления доверия российских и иностранных потребителей к результатам классификации средств размещения и соответственно увеличению доходной части бюджета страны.

Источник:https://vuzlit.com/778234/gosudarstvennoe_regulirovanie_gostinichnoy_deyatelnosti

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите основные документы, регулирующие деятельность гостиничных предприятий
2. Сформулируйте основные международные гостиничные правила
3. Перечислите правовые основы создания и функционирования гостиниц

1. Технологии гостиничной деятельности.
2. РАЗДЕЛ 4. Государственное регулирование гостиничного дела.
Тема 4.2 Работа гостиничных цепей и сетей

3. Цели занятия.

- изучить процессы обслуживания потребителей гостиничных услуг
- научиться анализировать мотивацию спроса на реализуемые гостиничные продукты

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие гостиничная цепь	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Понятие гостиничная сеть	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Российские сети	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Гостиничная цепь предполагает объединение нескольких гостиничных предприятий в общий бизнес под единым руководством и одной торговой маркой. Гостиничные цепи - это

явление не новое в гостиничном бизнесе, более 50 лет существуют гостиницы, управляемые из единого центра. И если поначалу этот способ управления не был широко распространен, то стремительный рост числа присоединившихся к цепям гостиниц, начавшийся в конце Второй мировой войны, продолжается до сих пор. Хотя первой гостиничной цепью в мире стала европейская цепь гостиниц CesarRitz, дальнейшее развитие этого явления обычно связывают с американской гостиничной индустрией (если в 1987 г. гостиничные цепи объединяли 62% всего номерного фонда США, то через 10 лет эта цифра поднялась до 75%, а в ближайшее время специалисты прогнозируют, что порядка 90% всех гостиниц войдут в ту или иную цепь).

Формы объединения гостиниц в цепи могут быть различными:

* покупка гостиниц;
* договор франшизы;
* контракт на управление;
* комбинация франчайзинга и контракта на управление;
* соглашение о приобретении лицензии (патента);
* стратегические маркетинговые альянсы.

В рамках этих программ имеется еще от 75 до 80 подпрограмм, определяющих различные возможности управления гостиничной собственностью.

Гостиничная цепь (сеть) представляет собой объединение гостиничных предприятий, имеющих одинаковый уровень обслуживания, идентичный набор услуг, схожий дизайн и подход к работе с клиентом. Как правило, одна гостиница может дать представление о других, входящих в данную цепь. Таким образом, гостиницы, входящие в цепь (сеть) находятся в едином подчинении, соблюдают единую систему стандартов материально-технической базы и услуг. Цепи могут включать гостиницы одной или нескольких стран, то есть быть национальными или международными.

В настоящее время существует более 100 гостиничных цепочек, общий номерной фонд которых составляет около 2 000 000 номеров.

К крупнейшим гостиничным цепям относят:

1)Holiday Inn;
2)Best Western;
3)Sheraton;
4)Ramada Inn;
5)Accor;
6)Hilton Corporation;
7)Club Med;
8)Novotel;
9)MarriottInternationai ;
10)HFS Ink.

Образование гостиничных цепей позволяет продвигать на мировой туристский рынок высокие стандарты обслуживания. Каждая гостиничная цепь может иметь собственную классификацию, основанную на назначении, местоположении отеля (курортный, бизнес-отель, городской). В одну и ту же гостиничную цепь могут входить отели разных категорий.

Существуют как объединения недорогих отелей типа европейских цепочек - Formula 1, Etap, PremierClass и другие, так и гостиничные объединения высококлассных отелей, таких как, Sheraton, Forte, LeMeridien и другие.

Большинство крупнейших гостиничных цепей имеют штаб-квартиры в США, хотя растет роль и других стран в управлении гостиничным бизнесом.

Гостиницы, которые входят в корпоративные цепи, не обязательно являются собственностью этих цепей. Данные гостиницы могут иметь своих владельцев, а участие в цепи закрепляются договорами аренды, франшизы и т.д., что дает преимущество при загрузке, бронировании. Международные гостиничные цепи создают централизованные снабженческие предприятия, учебные центры, фабрики ремонта и производства мебели и оборудования.

Роль международных гостиничных цепей, несомненно, очень важна для туризма, а так же других отраслей и экономики в целом. Давайте подробнее узнаем, что они из себя представляют.

Экономический подъем в различных отраслях и рост уровня жизни в развитых странах привели к частым передвижениям деловых людей и туристов в различные регионы мира.

В гостиничную индустрию были направлены значительные инвестиции на обновление гостиничной базы, новое строительство, внедрение современных технологий, форм обслуживания.

Важное значение в развитии индустрии гостеприимства имеют гостиничные цепи. Они позволяют продвигать на мировой туристский рынок высокие стандарты обслуживания, а также способствуют поддержке гостиничного обслуживания туристов.

Гостиничные цепи способствуют распространению и значительному повышению уровня организации производства и обслуживания туристов, созданию определенного образа гостиничного обслуживания, встретив который в другой стране, турист чувствует себя почти как дома, в знакомой и комфортной обстановке.

С 1950-х гг. в организационной структуре управления гостиницами в мировой гостиничной индустрии утвердились различные модели организации гостиничного дела.

Первая модель - модель Ритца, связана с именем швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца. Многие престижные отели мира носят его имя.

Основная ставка в этих гостиницах делалась на европейские традиции изысканности и аристократизма. В настоящее время эта модель переживает кризис.

Вторая модель связана с именем американского предпринимателя КемансиУильсона (гостиничная цепь «Холлидейинн»). Модель отличается большей гибкостью в удовлетворении потребностей клиента в сочетании с поддержанием достаточно высоких стандартов обслуживания.

Основные требования в гостиничных цепях, организованных по этой модели, сводятся к следующему:

- единство стиля (архитектура, интерьер);
- единство обозначений и внешней информации;
- просторный и функциональный холл;
- быстрота регистрации клиентов;
- номера, предусмотренные для постоянных клиентов;
- завтрак «шведский стол»;
- наличие конференц-зала;
- гибкая система тарифов;
- единое управление, маркетинг и служба коммуникации.

Под контролем гостиничных цепей, построенных по второй модели, находится более 50% гостиничных номеров в мире.

Третья модель - «независимые» гостиничные цепочки (например, «BestWestern»). В этом случае под единой торговой маркой объединяют гостиницы по каким-либо однородным признакам, не выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимо от страны расположения.

Гостиницы - члены цепи -- платят взносы в единый фонд, который расходуется на совместную рекламную и маркетинговую деятельность, продвижение продукта. При этом полностью сохранялся их финансово-экономическая и управленческая самостоятельность. Возможно и сочетание второй модели с третьей. Пример - цепь гостиниц «Аккор». Это крупнейшая гостиничная цепь в Европе. Она предлагает отели различных классов и выступает на рынке под изящными марками. Марки «Пульман», «Софитель», «Новотель» - это отели высшего класса. Марки «Алтеа/Меркур» - среднего класса.

При вступлении в цепь гостиница совсем необязательно должна стать ее собственностью. В этом случае, согласно договору, включенному крупными гостиничными цепями (франшизодателями) и вступающими в цепь независимыми гостиницами, последним

предоставляется право использовать в коммерческих целях фирменный знак цепи, техническую и коммерческую информацию, информационные системы бронирования, техническую помощь, право на обучение персонала и др. Франшизное предприятие выплачивает за это обусловленную в договоре компенсацию.

Источник: https://studwood.net/762860/menedzhment/gostinichnye_tsepi

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите определение гостиничных цепей
2. Сформулируйте преимущества гостиничных цепей
3. Перечислите самые известные гостиничные цепи и сети в мире

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 5. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия.

Тема 5.1 Маркетинговые технологии, используемые в гостиницах

3. Цели занятия.

- изучить процессы обслуживания потребителей гостиничных услуг
- изучить требования потребителей услуг гостиничных предприятий

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Маркетинговые технологии в деятельности турпредприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В наши дни залогом успешного ведения бизнеса являются хорошо разработанные и продуманные маркетинговые программы.

Квалифицированный менеджмент отеля для достижения успеха должен постоянно пытаться находить и предлагать клиентам все новые и новые виды услуг, отсутствующие у конкурентов.

О том, что для развития гостиничного бизнеса нужно постоянно изобретать новые продукты, говорят следующие факторы:

1) короткий жизненный цикл продукта. Все вещи и продукты со временем устаревают как физически, так и морально, следовательно, перестают удовлетворять потребности, и спрос на них падает. Чтобы заменить устаревший товар на новый и более совершенный, который пользовался бы спросом у покупателей, менеджеру приходится постоянно трудиться над созданием чего-то нового и необычного;

2) конкурентная борьба. Если у отеля появляется какая-либо интересная новинка, то его рейтинг, безусловно, поднимается, а у его конкурентов, не имеющих ничего нового, падает;

3) потребительские вкусы. Вкусы потребителей постоянно меняются. Они быстро насыщаются имеющимися продуктами и им хочется чего-то нового, ранее неизвестного;

4) изменчивость рынка. Рынок постоянно меняется под воздействием различных причин (политических, экономических, технологических). Для того чтобы оставаться конкурентоспособной, гостиница должна успевать подстраиваться подразного рода изменения рынка.

Гостиничные новинки можно разделить на три вида:

1) имитация - такой продукт есть на рынке, но в данном отеле он только появляется;

2) видоизмененные - к уже существующим продуктам добавляются небольшие инновации;

3) истинная новинка - продукты, ранее неизвестные рынку.

Если постоянно совершенствовать уже существующий продукт и не изобретать ничего нового, то добиться успеха практически невозможно.

Для того чтобы представить на рынке новый продукт, необходимо использовать передовые технологии обслуживания.

Передовая технология обслуживания - это набор всех имеющихся и используемых отелем организационных, технологических, маркетинговых, финансовых, кадровых и других инструментов, методов и способов ведения бизнеса.

К технологиям можно отнести:

1) технологию уборки номеров;

2) технологию приготовления еды в ресторанах;

3) технологию продвижения услуг на рынок.

Использование новых технологий помогает гостинице извлекать больше прибыли из своей деятельности. Для того чтобы сделать что-то новое, необходимо обладать полной информацией о том, что уже существует, и о том, что только собирается появиться. Поиск чего-то нового не следует вести только в отрасли гостиничного бизнеса, необходимо заглядывать в смежные или даже далекие от гостиничного бизнеса отрасли.

Существуют следующие технологии обслуживания в сфере гостиничного бизнеса.

Базовые технологии обслуживания. Это прежде всего основа гостиничного бизнеса, не дающая никаких преимуществ на рынке. Базовые технологии известны всем и используются тоже практически всеми. Они были перечислены выше. В современных условиях постоянное совершенствование базовых технологий неспособно дать таких преимуществ, которые можно получить при использовании ключевых и ведущих технологий.

Ключевые технологии обслуживания. Такие технологии обеспечивают хороший рейтинг отелю, обладающему ими. Данные технологии менее доступны, чем базовые. Обладание такими технологиями позволяет снизить себестоимость продукта, максимизировать доход от продаж и многое другое.

Базовые и ключевые технологии - это относительные понятия. Так, относительно гостиницы высокого класса внедрение системы управления доходами будет базовой технологией, а относительно российского отеля средней категории это будет ключевая технология.

Примером ключевой технологии является использование автоматизированной системы управления доходами московскими отелями группы «Мариотт» и отелем «Балчуг Кемпински Москва». Такое нововведение увенчалось успехом этих отелей на рынке на несколько лет вперед.

Ведущие технологии. Используя их, можно коренным образом изменить расстановку сил в отраслевой конкурентной борьбе. Хорошая ведущая технология может перевернуть весь рынок и сделать ее обладателя бесспорным лидером, даже если он никогда не являлся таковым. Поэтому если отель уже является лидером, то он должен внимательно следить за появлением ведущих технологий, чтобы не потерять свое место под солнцем.

Примером ведущей технологии может служить внедрение среди московских отелей высокоскоростного и беспроводного подключения к сети Интернет. Примером может служить гостиница «Арарат Парк Хайятт». Такой шаг помог привлечь большое число бизнесменов и организаторов IT-конференций, которые не желают тратить свое драгоценное время на подключение с помощью телефонной линии, модема, провайдера и дополнительных приспособлений. Если гостиница хочет иметь большое число постоянных посетителей, то ей необходимо внедрять программы поощрения постоянных клиентов. Примерами такого поощрения могут служить система скидок на номера или накопительная система. Когда клиент набирает определенное количество баллов, то ему могут быть предоставлены значительные льготы или бесплатные дни, которые он может провести в гостинице.

Разные отели используют различные системы поощрения.

В московском «Аэростаре» существуют поощрительная программа для постоянных посетителей «Космос Клуба». Гость может получить серебряное, золотое, платиновое или бриллиантовое членство в зависимости от того, сколько ночей он провел в гостинице. Для тех, кто проживает в дорогих номерах, действуют привилегии в виде приглашений на специальные ужины, выдачи махрового халата с именем гостя, бесплатного массажа.

«Кволити-отель» разработал для своих гостей VIP-карты, которые действуют один год и дают возможность получения 10 %-ной скидки на проживание и пользование услугами бара, ресторана и фитнес-центра.

Поощрительные программы:

1) «MarriottRewards». Если гость в течение года в любом из отелей компании забронировал от 10 до 14 ночей, то ему присваивается уровень «Silver», от 15 до 49 ночей - уровень «Gold», от 50 до 74 ночей - уровень «Black», после 75 ночей - уровень «Platinum». Программа насчитывает более 300 поощрений (бесплатное проживание в отелях, пропуски в тематические парки);

2) «Moments». Применяется в гостинице «Националь» вместе с компанией «LeMeridien». Когда гость набирает определенное число баллов, то в подарок получает ночь бесплатного проживания в номере любого отеля сети;

3) «Почетный гость». Была создана в 1997 г. холдингом «РостикРесторантс». При оплате счета в любом из ресторанов холдинга «РостикРесторантс» на карту гостя заносилось 10 % от суммы счета. Обладатель карты мог оплачивать предоставляемые услуги накопленными бонусами или наличными деньгами. На день рождения гость получал коробку конфет, бутылку шампанского или другой приятный презент. Эта программа была признана лучшей российской программой лояльности. Основным преимуществом программы «Почетный гость» является то, что при оплате счета в ресторане или покупке билета в театр не просто заключается сделка с клиентом, а с ним устанавливаются долгосрочные отношения;

4) «Business Concierge» и «Meeting Concierge». Эти программы предназначены для больших корпораций, которые периодически размещают в отелях крупные делегации. В условиях данной программы предусмотрено предоставление покупателю льготных цен на размещение больших групп во всех отелях сети, скидки на аренду помещений и дополнительного оборудования;

5) «PreferancePlus». Данная программа предусматривает различные подарки для своих компаньонов. Для привлечения клиентов отели часто организуют различного рода увеселительные мероприятия и тематические вечеринки. Особо актуальны кулинарные фестивали, дни национальных кухонь, проводимые гостиницами вместе с ресторанными службами. Цель всех вышеперечисленных программ - укрепление и расширение деловых контактов.

Разрабатывая новые продукты, необходимо помнить следующие правила.

1. Разрабатываемый продукт должен повышать рейтинг гостиницы и способствовать увеличению его прибыли.
2. При разработке новых продуктов акцент необходимо делать не на количество, а на качество.

3. Разработать меры, которые помогут защитить продукт от копирования конкурирующими отелями.

4. Необходимо заранее определить возможные доходы и возможные потери, связанные с выводом нового продукта на рынок.

Характеристики продукта, влияющие на выбор покупателя:

1) качественные характеристики продукта (интерьер гостиницы, техническое оснащение общественных и гостевых помещений, техническое оснащение бизнес-центра, качество блюд и многое другое);

2) эстетические характеристики (класс и вид здания отеля, стиль общественных и гостевых помещений, декор интерьеров, дизайн блюд и т. д.);

3) символические характеристики (престиж данного отеля, социальный статус останавливающихся в нем людей);

4) дополнительные характеристики (возможность заказа дополнительных услуг в отеле).

Источник:https://studbooks.net/1548369/marketing/spetsialnye_marketingovye_programmy_tehnologii_obsluzhivaniya

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите, что включает маркетинг в гостиничной отрасли
2. Сформулируйте основные цели маркетинговых технологий
3. Перечислите маркетинговые технологии гостиничных предприятий

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 5. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия.

Тема 5.2 Продвижение гостиничного продукта

3. Цели занятия.

- изучить процессы обслуживания потребителей гостиничных услуг
- изучить требования потребителей услуг гостиничных предприятий

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Реклама услуг гостиничного предприятия. Участие в выставках и конгрессах	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Разработка сбытовой концепции. Сегментация рынка	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Формирование положительного имиджа гостиницы - параллельное формирование имиджа ее услуг. Этот процесс называется эффектом приобретения организацией определенной рыночной силы, наличие которой снижает чувствительность потребителя к цене, уменьшает вероятность замены услуги аналогами конкурентов, т.е. защищает отель от потери клиентов и усиливает ее позиции по отношению к услугам той же категории

Существует пять способов продвижения услуг, в том числе и гостиничных:

1. реклама (advertising)
2. персональные продажи (personalsales)
3. стимулирование сбыта (salespromotion)
4. связи с общественностью (publicrelations)

Реклама (от лат.Reclamare - «утверждать, выкрикивать, протестовать») - информация, распространенная любимым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижении на рынке.

Виды рекламы, используемые для продвижения гостиничных предприятий:

1. Наружная реклама (щиты, растяжки, указатели, вывески)
2. Интернет (баннер, текстовая реклама, видеоролики)
3. Печатные СМИ (текстовая реклама, рубричная реклама)
4. Телевидение (видеоролики, бегущая строка, спонсорство)

* Радио (музыкальная заставка, дикторское объявление)

Профессиональная PR-деятельность начинается с надежной информации. В ее основу положено подробное предоставление таких характеристик гостиницы, как, например:

1. перечень ответственных сотрудников (кто за что отвечает);
2. количество и тип номеров;
3. время работы и специализация ресторана и бара;
4. наименование, вместимость и технические характеристики банкетных и конференц-залов;
5. возможности проведения досуга и занятий спортом для клиентов;
6. описание местоположения гостиницы с указанием маршрута от вокзала и аэропорта;
7. автомобильные стоянки;
8. архитектурные и (или) художественные решения, которые могут быть достопримечательностью отеля;
9. характеристики ключевых руководителей;
10. фотографии, иллюстрирующие возможности гостиницы в области услуг, и т.д.

Эта информация постоянно дополняется, исправляется и наполняется новым содержанием, говорящим о событиях, происходящих в отеле.

Когда речь идет о работе PR внутри предприятия, то в первую очередь это касается установления PR-отношений между его сотрудниками. PR-- это забота об отношении не только между руководством и определенной службой, но и каждого из сотрудников, которые вступают в непосредственный контакт с клиентами.

Однако здесь не говориться о другом виде рекламы: презентация.

Презентация продукта или услуги считается наиболее высокоэффективным способом, она дает полную информацию о продукте (услуге) и каждый потенциальный клиент может получить ответ на любой вопрос прямо во время презентации.

Гостиничную рекламу, как правило, характеризуют:

1. информационная полнота;
2. ответственность за достоверность предоставляемой информации;
3. эмоциональность и убедительность;
4. использование изобразительных средств, доминирует визуальная сторона;
5. объем и содержание рекламных сообщений определяется фактором сезонности;
6. целевая аудитория разобщена, разбросана географически;

7. характерно четкое разделение деловой и потребительской рекламы.

Сегментация по потребителям выявила 3 основных сегмента целевой аудитории гостиницы: гости, приезжающие в город на деловые командировки из России; компании, проводящие бизнес-конференции на специально оборудованных площадках комплекса; иностранные гости.

Publicrelations. Авторитетный специалист в области рекламы и PR, бывший Генеральный секретарь Международной ассоциации по Связям с Общественностью Сэм Блэк определяет паблик рилейшнз (Publicrelations) следующим образом: «PR - это искусство и наука достижения гармонии посредствам взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности».маркетинг гостиничный рекламный

Связи с общественностью вне предприятия предполагают формирование хороших отношений предприятия оказывающего услуги с общественностью, получение благоприятной известности и создание положительного имиджа отеля, гостиницы, а также препятствование распространению негативных слухов, историй, мнений об их деятельности.

К основным направлениям деятельности отдела по связям с общественностью можно отнести формирование доброжелательных взаимосвязей и взаимоотношений: со средствами массовой информации, с целевыми аудиториями, с органами власти и государственного управления.

В целях увеличения объема продаж, повышения эффективности и прибыльности любое предприятие в данной сфере должно заниматься формированием спроса на предоставляемые услуги и заниматься стимулированием сбыта, то есть продвижением услуг (promotion).

Продвижение - это различные тактические и стратегические средства, имеющие цель непосредственного и опосредованного укрепления позиций предприятия на рынке предлагаемых им продуктов и активизацию продажи этих продуктов.

Для привлечения клиентов нужно постоянно внедрять инновационное решение в рекламе.

Инновация - это внедрение новшества, обеспечивающие качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рациональности. Примером инновации является выведением на рынок продукции (товаров и услуг) с новыми потребительскими свойствами или качественным повышением эффективности производственных систем.

План маркетинга -- документ, являющийся важнейшей составной частью годового плана развития предприятия (наряду с финансовым, производственным и другими планами), в котором устанавливаются рыночные цели предприятия и предлагаются методы их достижения.

Годовой план предприятия, соответственно, устанавливает общие цели предприятия (куда входят рыночные, финансовые, производственные, инновационные и цели в области управления персоналов) и определят пути и способы их достижения. Однако, так как в условиях жесткой конкуренции маркетинг является основной функцией предприятия, и план маркетинга доминирует над другими планами и разрабатывается в первую очередь, потому что:

- решения в области маркетинга являются приоритетными, так как определяют, что именно предприятие будет производить, по какой цене и где продавать, как рекламировать;

- содержание маркетингового плана оказывает непосредственное влияние на показатели других планов (вопросы ценообразования, определяемые в маркетинговом плане, влияют на финансовые показатели, решение о разработке и выпуске новой продукции окажет влияние на производственный план);

- маркетинг является основной функцией, обеспечивающей связь между желаниями потребителя и возможностями компании, то формирование миссии бизнеса, проведение SWOT-анализа и формирование общих целей и стратегии предприятия также становится маркетинговой задачей.

Стратегические решения по отдельным элементам формируемого комплекса маркетинга сводятся к следующим:

- по продукту - обеспечение более полного набора полезных для целевой группы потребителей свойств товара;
- по цене - формирование ценового восприятия товара через соотношение «качество/цена»;
- по распределению - предоставление доступности товара для целевой группы потребителей;
- по рекламе - повышение осведомленности целевой группы потребителей о предоставляемых выгодах.

В ходе работы над второй главы, после проведенных анализов будущей стратегии развития отеля, было доказано, что гостинице «Катерина Парк» выгоднее всего выходить на новые рынки с тем же продуктом, который он имеет, так как нет необходимости развиваться на том же рынке и вкладывать в это усилия (по причине практически полного отсутствия конкурентов). Кроме того, модифицировать или изменить товар или его позицию на рынке значительно дешевле, чем начать заниматься другим бизнесом с другими товаром. Явные преимущества имеет такой стратегический план.

Итак, основной задачей отдела маркетинга является работа над брендом компании, то есть обеспечение компании именем. Гостиницу должны выбирать не только большие группы с туристических компаний, и спортивные группы, направленные в гостиницу от государства, но и индивидуальные путешественники.

Вторым направлением деятельности отдела должна стать задача продвижения новых продуктов отеля:

«Брачная ночь» в отеле «Катерина Парк»;

«Снова юны, снова обручены» в отеле «Катерина Парк» - предложения для тех, кто хочет особенно отметить годовщину свадьбы;

«Быстрые свидания» в ресторане отеля «Катерина Парк»;

«Свадебные гуляния» в ресторане отеля «Катерина Парк».

Описание услуг представлены в таблице 2.6. Конечно, для определения стоимости каждой услуги необходимо провести исследование конкурентов, или средних цен по рынку, или маркетинговое исследование среди будущих пользователей. Тем не менее, стратегический план реализации по ценам продуктов представлены в таблице 2.7. Он определен по средним ценам на рынке, с расчетом того, что таких предложений в городе Москвы не много. Целевой портрет потребителя представлен в таблице 2.8, и, как можно заметить, целевая аудитория имеет схожесть, соответственно, можно рекламировать новые услуги отеля в одном и том же канале коммуникации, соответственно, это экономия финансовых затрат на продвижение.

Кроме того, ресторан отеля «Катерина Парк» не имеет название. Это негативно влияет на продвижение отеля, и, как инструмент привлечения новых посетителей в ресторан, нужно провести вечер, в котором гости вечера помогут назвать ресторан. В таблице 2.9 описаны каналы коммуникации продвижения и их обоснования для отеля «Катерина Парк». Планы описаны с оптимистичной точки зрения, то есть, скорее всего, в реальной жизни, затраты будут выше, а время на реализацию задуманного будет длиннее.

Бюджет доходов и расходов обобщает результаты финансово-хозяйственной деятельности за период и показывает эффективность принятых управленческих решений.

Основным итоговым показателем, характеризующим результаты деятельности предприятия, является прибыль. Однако экономическая сущность прибыли относится к сложным и дискуссионным проблемам в современной экономической теории.

Прибыль - это превышение доходами расходов. Обратное положение называется убытком, который является отрицательным финансовым результатом, что, ставит предприятие в достаточно сложное финансовое положение, не исключающее и банкротство.

Для предприятия прибыль является показателем, создающим стимул для инвестирования в те сферы, где можно добиться наибольшего прироста стоимости. Прибыль как категория рыночных отношений выполняет следующие функции:

- характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия;
- является основным элементом финансовых ресурсов предприятия;
- является источником формирования бюджетов разных уровней.

План расходов по каналам продвижения представлен в таблице 3.5. Общий план расходов представлен в таблице 3.6.

Следует отметить тот факт, что для отеля «Катерина Парк» затраты на доработку номерного фонда, ресторана под новые услуги не значительны, таким образом, новые услуг следует считать каналом дополнительного сбыла, то есть предметом дополнительной прибыли.

В среднем, стоимость одного мероприятия по свадьбе составляется 20000 рублей, а стоимость их на 30-40 человек от 1500 рублей на человека только на меню. Соответственно, от 45 тысяч рублей. Ещё 20000 тысяч, в среднем, организаторы свадеб оставляют на тамаду, увеселения, диджеев и т.д. Ресторан может обслужить 3-4 свадьбы в неделю,в сезон, то есть 12 свадьбы в месяц. Средняя выручка от мероприятий за месяц - 480000 рублей.

Что касается молодоженов, то 5 свадебных номеров могут быть обслуживаться каждый день. Стоимость проведения одной ночи в номере для молодоженов составляет 12000 рублей, соответственно, с учетом минимальной загрузки 50%, фактически, загрузка номеров 3-4 раза в неделю. Получает, что средняя выручка за месяц от продажи номеров для молодоженов составляет 144000 рублей в месяц.

Расходы на проведение вечеринки быстрых знакомств - 7000 рублей. С учетом среднего количество человек на вечеринки 20-30, то получится, с учетом, что стоимость билета в среднем, от 550 рублей, общая выручка за месяц будет ориентировочно (все зависит от конкретного мероприятия, сколько человек придет по факту, и стоимость билета у разных возрастных групп разная) 110000 рублей без учета продажи еды и напитков во время мероприятий.Следует отметить, что здесь приведены лишь затраты на мероприятия по новой стратегии развития отеля, без учета постоянных и переменных затрат, тем не менее, как мы видим из таблицы 2.12 и рисунка 2.3, есть явный перевес в пользу доходах, что означает, что даже с учетом текущих, уже имеющихся затрат компании, отель «Катерина Парк» будет иметь хорошую выручку с продаж новых услуг. С учетом того, что данные приведены с расчетом 50% загрузки номерного фонда или 50% посещаемости вечеринки, и только в высокий сезон продаж, затраты на новую стратегию отеля «Катерина Парк» оправданы.

Источник:https://studwood.net/1138309/marketing/prodvizhenie_gostinichnogo_produkta_rynke

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите основные коммуникационные связи для продвижения гостиничного продукта
2. Сформулируйте основные средства стимулирования продаж гостиничного продукта
3. Перечислите виды рекламы гостиничного продукта

1. Технологии гостиничной деятельности.
2. РАЗДЕЛ 6. Технологии обслуживания в процессе проживания.

Тема 6.1 Работа с гостем

3. Цели занятия.

- изучить мероприятия по продвижению гостиничных продуктов
- научиться проводить мероприятия по продвижению гостиничного продукта

4. Структура лекционного занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства

п/п		обучения
1	Особенности обслуживания гостей разных категорий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Обслуживание VIP	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Процесс обслуживания гостей в любой гостинице независимо от её категории можно разделить на несколько этапов:

• бронирование;
• прием, регистрация и размещение;
• предоставление услуг проживания;
• предоставление дополнительных услуг;
• окончательный расчет и оформление выезда.

Бронирование - предварительный заказ мест и номеров в гостинице. С этого процесса начинается обслуживание гостей. Бронированием номеров занимаются менеджеры отдела бронирования или службы приема и размещения. Именно в эти подразделения поступают заявки на бронирование клиентов. Кроме сбора заявок отдел должен изучать спрос на гостиничные места. Изучая многолетний опыт работы гостиницы, прогнозируя спрос на места и анализируя загрузку номеров в прошедший и настоящий периоды, отдел бронирования вместе с маркетинговым отделом планирует деятельность гостиницы.

Процесс обслуживания гостей начинается с того, что они предварительно заказывают номера в гостинице (бронируют). Заявки на бронирование от клиентов попадают в службу приема и размещения или в отдел бронирования. Они могут быть приняты по телефону, почте и иной связи. При предварительном бронировании процесс регистрации занимает меньше времени, так как данные о клиенте администратору уже известны.

В своей деятельности гостиничные предприятия часто прибегают к гарантированному подтверждению заявок. Это означает, что они подтверждают бронирование только после получения от клиента соответствующих гарантий оплаты на случай, если клиент прибудет с опозданием или вообще не прибудет. Такими гарантиями, прежде всего, являются информация о номере кредитной карточки клиента, что является гарантией оплаты номера даже в случае, если гость опаздывает.

Другой формой гарантированного бронирования может быть депозитная оплата. Чтобы избежать простоя комнаты из-за неявки ожидаемого гостя, отель может просить перечислить авансом стоимость проживания в течение одного дня или даже всего срока.

Зачастую гостиничные предприятия применяют двойное бронирование. Двойное бронирование - это подтверждение о предоставлении мест в гостинице одновременно двум гостям на одну и ту же дату. Как правило, такое бронирование применяют в пик сезона, либо в момент массовых мероприятий. Такой прием оправдывает себя, если кто-то из гостей аннулирует заявку, поэтому, используя такой метод, администрация гостиницы идет на

определенный риск. В ситуации, если прибудут оба клиента, гостиница должна разместить обоих в любом случае. При этом можно пользоваться взаимными связями с близкорасположенными гостиницами, куда можно переадресовать клиента, или с фирмами, сдающими в аренду жилье.

Следующая часть операционного процесса - расселение состоит из встречи, регистрации, вручения ключа и сопровождение до номера.

Возможны два вида встреч:

• в аэропорту или на вокзале (дальние подступы);

• около входа в гостиницу или вестибюле (ближние подступы).

Встреча на дальних подступах позволяет познакомиться с гостем, составить или скорректировать программу обслуживания, рассказать о гостинице и предоставляемых услугах. О такой встрече договариваются при бронировании. В отелях высокого класса гостей встречает швейцар, который приветствует их у входа.

В небольших гостиницах гость подходит к стойке службы приема и размещения, где его приветствует администратор.

Правилом для многих гостиниц является то, что администратор стоит за стойкой, а не сидит. Этим он подчеркивает свое уважение гостю.

Прибыв в гостиницу, клиент должен зарегистрироваться. Длительность процесса регистрации зависит от того, забронировал гость номер или нет. Естественно, что поселение по брони в гостиницах, где организован автоматизированный учет, занимает всего несколько минут, так как практически вся необходимая информация указана в предварительной заявке.

Процесс регистрации без предварительного заказа длится несколько дольше, при этом администратор и гость должны обсудить такие вопросы, как стоимость номера, сроки размещения, порядок оплаты и т.п. Если стороны приходят к взаимному согласию, то в соответствии с правилами заключается договор на оказание услуг. Для этого гость обязан предъявить документ, удостоверяющий его личность (Администратор должен проверить правильность заполнения данного документа).

Граждане, прибывшие в командировку, на совещание, конференцию, сборы, заполняют анкету в одном экземпляре, остальные - в двух. После проверки личные документы возвращаются владельцам. Для хранения анкет и работы с ними в администраторской должны быть две картотеки: в первой хранятся анкеты на проживающих в гостинице, во второй -- на лиц, выбывших из гостиницы в течение месяца. Анкеты в картотеках расставляются в алфавитном порядке.

Проверив данные анкеты, администратор выписывает разрешение на поселение -- документ, подтверждающий право гостя на заселение, в двух экземплярах: один для кассира, который должен выписать счет за проживание, второй для дежурной по этажу.

При регистрации клиенту выписывается счет за проживание, включающий в себя тариф номера (или места в номере), умноженный на количество суток проживания, оплату за услуги бронирования, оплату дополнительных услуг, которые гость заказывает при регистрации, и т.д.

Счет выписывается в трех экземплярах: первый выдаётся клиенту, второй вместе с кассовым отчетом сдается в бухгалтерию, третий хранится до выезда гостя в контрольной картотеке расчетной части гостиницы (в специальных кармашках, расставленных по числам оплаты).

После оплаты администратор заполняет карту гостя, где указывается фамилия гостя, номер комнаты и сроки проживания - документ на право входа в гостиницу и получение ключа от номера.

По окончании оформления коридорный или посыльных провожают гостя до предоставленного ему номера. Во время регистрации багаж прибывшего находится в вестибюле. В номере коридорный показывает гостю, как пользоваться оборудованием и рассказывает правила безопасности.

Если гостиница оказывает услуги по размещению туристической группы, то туристическая фирма, как правило, бронирует места для размещения, что дает возможность заранее подготовить их для заселения и спланировать работу администрации. Регистрацией гостей в этом случае совместно с администратором занимается руководитель группы, который по приезде на место предъявляет направление туристической фирмы -- документ, подтверждающий право на проживание в данной гостиниц е и гарантирующий, что оплата произведена, а также список туристов.

Администратор заполняет групповое размещение на поселение, в котором делается пометка о безналичной оплате. Карта гостя выписывается каждому из участников группы. При обслуживании туристических групп счет за проживание не выписывается, так как оплата производится по безналичному расчету.

Расчет оплаты за бронирование и проживание по безналичному расчету производится по форме №7-Г и ведется дежурным администратором или портье в двух экземплярах. Окончательный итог подводится после выезда проживающих и служит основанием к оплате счета, предъявляемого предприятию, организации.

Для того чтобы не платить еще за одни сутки проживания, туристическая группа в день выезда может освободить номера, а свои вещи сдать в камеру хранения.

После регистрации и непосредственного заселения в номер происходит обслуживание гостя в жилой части гостиницы.

Для гостя важнейшим отделом является отдел обслуживания, так как персонал именно этой службы работает с клиентами в постоянном контакте и выполняет все функции, связанные с их обслуживанием.

Службу возглавляет менеджер, которому подчинены швейцары, коридорные, подносчики багажа, лифтеры, консьержи, рассыльные, водители (обслуживают арендованные машины и паркуют автомобили гостей). В связи с важностью первого впечатления клиентов о гостинице на персонал данной службы возлагается особая ответственность.

Швейцары, как правило, стоят у входа в гостиницу и первыми встречают и приветствуют гостей, помогают им выйти из машины. Швейцары должны владеть информацией об услугах, оказываемых в гостинице, о гостиничных мероприятиях (конференциях, банкетах), месторасположении гостиницы и ее окрестностях.

Коридорные сопровождают гостей в номера, а также доставляют туда багаж. Во время сопровождения им рекомендуется дать информацию о предоставляемых гостиницей услугах, о наличии и режиме работы ресторана, кафе, бара, прачечной, химчистки, бассейна, спортзалов.

Консьержи оказывают гостям множество важных услуг. Например:

• приобретение и доставка билетов в театры;

• заказ столик в городских ресторанах;

• резервирование мест в парикмахерской, косметическом салоне и т.д.;

• информация о местных достопримечательностях, работе музеев, выставок, магазинов;

Последним этапом в обслуживании клиентов является расчет с гостем и его выезд.

Источник: https://studbooks.net/663887/turizm/protsess_obsluzhivaniya_klientov_gostinitse

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите основные этапы технологического алгоритма гостевого цикла
2. Сформулируйте функции службы roomservice
3. Перечислите этапы обслуживания гостей в номере

1. Технологии гостиничной деятельности.

2. РАЗДЕЛ 6. Технологии обслуживания в процессе проживания.

Тема 6.2 Обслуживание номера

3. Цели занятия.

- изучить мероприятия по продвижению гостиничных продуктов

- научиться проводить мероприятия по продвижению гостиничного продукта

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технологии обслуживания гостей в номере	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Технологии организации работы ресторана	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Служба «roomservice» (обслуживание в номерах), существующая в отелях, мотелях и других заведениях гостиничного бизнеса, занимается доставкой еды и напитков в номера постояльцев. Во всех гостиницах, независимо от их величины, существует подобное подразделение, входящее в состав службы питания и функционирующее в тесном контакте с производственным цехом, службой приема, бронирования и размещения, а также хозяйственной службой. О категории отелей часто судят по уровню обслуживания в номерах. Считается, что пятизвездочный отель должен предлагать постояльцам быструю и качественную подачу блюд и напитков в номера если не круглосуточно, то по крайней мере 18 ч в день.

Подготовка к обслуживанию в номерах.

В большинстве современных отелей существуют отдельные сервизные для службы «roomservice», расположенные в непосредственной близости от производственного цеха и оборудованные подъемником. В сервизной хранится запас посуды и инвентаря, необходимый для быстрого и качественного обслуживания постояльцев. Служба «roomservice» доставляет в номера практически все- напитки, легкие закуски, обеды и ужины из блюд с винами, а также предметы, за которые не взимается плата (ведерки для льда, бокалы) и небольшие подарки гостям от отеля (например, фрукты). Перечень продуктов, доставляемых службой «room », указан в меню, находящихся в номерах постояльцев. В дорогих отелях гости могут заказать блюда на свой вкус.

Хранение оборудования и продуктов

Оборудование, используемое при обслуживании в номерах, включает: подносы и передвижные тележки столовые приборы, посуда (фарфоровая, фаянсовая, стеклянная, хрустальная). Столовое белье, отдельные продукты и напитки, печатные материалы (меню и т.п.». В сервизной нужно соблюдать чистоту и порядок. Все предметы содержат ровно в том количестве, которое необходимо для выполнения всех заказов. Места хранения тех или иных предметов обозначают маркировкой, и ведется учет их количества.

Хранить запасы провизии и оборудования следует, соблюдая технику безопасности во избежание поломок и несчастных случаев, так как они могут повлиять на качество обслуживания гостей.

Подготовка оборудования к обслуживанию:

Каждое заведение устанавливает свой стандарт обслуживания постояльцев в номерах. Персонал должен неукоснительно соблюдать эти стандарты.

В зависимости от вида заказанных блюд применяют различную компоновку передвижных тележек и подносов. В большинстве заведений используют следующее оборудование: подносы для подачи чая и кофе ведерки для льда подносы и передвижные тележки для подачи завтрака подносы для подачи закусок, подносы или тележки для подачи обеда/ужина, подносы для подачи шампанского/вина подносы для фруктов, масленки, приборы для специй хлебницы, подогреватели для тарелок.

Подносы и сервировочные тележки

Перед компоновкой заказа необходимо выбрать подходящий поднос или передвижную тележку в зависимости от количества персон, а также заказанных блюд и напитков. Каждая гостиница устанавливает собственные стандарты сервировки подноса или тележки для завтраков, обедов, ужинов, индивидуальных пожеланий гостей и т.п. Подносы, тележки, столовые приборы и посуда, необходимые для сервировки, должны быть чистыми и не иметь повреждений. Заказы следует компоновать с учетом эстетических требований, удобства транспортировки и безопасности. Убедитесь в том, что в сервировке присутствуют приборы для специй.

Компоновка заказов

После подготовки подносов или передвижных тележек их укомплектовывают продукцией, полученной юс производственного цеха. При компоновке заказа следует проверить температуру блюд и напитков, размер порций соответствие внешнего вида блюда рецептуре правильность сервировки вин, включая коллекционные. Температуру блюд поддерживают с момента получения продукции из производственного цеха до подачи заказчику. Для этой цели используют клоши, настольные подогреватели и шафиндиши. Сумму счета сверяют с заказанной продукцией и передают его постояльцу вместе с заказом. Проверив компоновку подноса или передвижной тележки, заказ доставляют гостю.

Доставка заказа в номер

При обслуживании постояльца в номере персонал службы «roomservice»

должен придерживаться следующих правил: Подойдите к номеру гостя, стараясь не производить лишнего шума. Постучите и произнесите: «Обслуживание номеров» так, чтобы гость услышал вас через закрытую дверь. Если ответа не последовало, постучите и оповестите постояльца о своем присутствии еще раз. Не входите в номер до тех пор, пока гость не разрешит это сделать или сам не откроет дверь. Войдя в номер, вежливо поздоровайтесь, например: «Доброе утро, мисс Тэн. Ваш завтрак». Общаясь с гостем, называйте его имя во время разговора (к примеру, «мистер Смит», «миссис Хилл» и т.п.).

Презентация блюд и напитков в номере

Место установки подноса или тележки зависит от желания гостей, дизайна номера, расстановки мебели и используемого оборудования. Правила презентации заказа: Спросите у гостя, куда удобнее поставить поднос или тележку. Аккуратно разместите их там, где было указано. Предупредите клиента о том, что подогреватель, кофейник и т.п. могут быть очень горячими. Удобнее расставьте мебель (стол, стулья). При наличии в сервировке свечи, зажгите ее. Объясните гостю содержимое подноса или тележки. Подайте блюда и напитки. Поинтересуйтесь, не желает ли гость что-нибудь еще. Попросите постояльца подписать счет. Объясните, что делать с подносом или тележкой после еды. Чаще всего гостей просят поставить их за дверь, в коридор. Вежливо попрощайтесь и покиньте номер. Проверьте, нет ли в коридоре использованных подносов или тележек, оставленных другими постояльцами. Передайте подписанный счет кассиру или другое ответственному лицу, следуя правилам предприятия.

Уборка подносов и тележек

Как уже было сказано, гости обычно оставляют подносы и тележки в коридоре, у дверей номера. Несвоевременно проведенная уборка, затрудняющая проход по коридору,

может негативно повлиять на репутацию заведения. Персоналу хозяйственной службы и обслуживания номеров следует инициативно сотрудничать, быстро производя уборку на этажах. Как правило, лицо, ответственное за прием заказов, заполняет специальный бланк, в котором указывается следующая информация: дата номер апартаментов способ доставки заказа - поднос или тележка. Для удобства применяют буквенные обозначения («Т» - тележка, «П» - поднос) время поступления заказа время доставки заказа лицо, доставившее заказ время уборки. Сотрудник, принимающий заказы, обычно контролирует их доставку и уборку из номеров и с этажей. Для контроля за наличием в коридоре неубранных использованных подносов, тележек и посуды следует наладить ежечасные обходы. О необходимости их уборки персоналу должны сообщать горничные, поэтому деятельность этих служб должна быть согласована. Об окончании уборки сообщают сотруднику, принимавшему заказ. Уборку следует производить быстро и тихо, осторожно обращаясь с оборудованием и посудой. Остатки пищи и напитков, посуду, столовые приборы, подносы и тележки возвращают в службу «рум сервис», используя специальный подъемник.

Мытье и хранение предметов сервировки и оборудования

Подносы и тележки поступают в моечную. Остатки пищи выбрасывают, предметы сервировки тщательно моют. В каждом заведении существуют собственные правила относительно: хранения оборудования, посуды и предметов сервировки сдачи использованного столового белья. Чистые подносы, сложенные тележки и все остальное оборудование поступают на хранение в сервизную. При передаче оборудования на хранение следует произвести его инвентаризацию в соответствии с правилами заведения.

Расчёт с гостями

Современные гостиницы используют, как правило, два вида расчетов с гостями безналичный и наличный. Если гостиница оказывает услуги по проживанию юридическому лицу, то последнее осуществляет оплату посредством перечисления денежных средств на расчетный счет гостиницы.

Наличный расчет используется в основном физическими лицами, хотя возможна оплата и по безналичному расчету - посредством дорожных и именных чеков. Для справки отметим, что в последнее время в России начинает применяться расчет пластиковой картой, однако для этих целей гостиница должна быть оборудована специальным электронным терминалом.

Расчёты с гостями в гостиницах производятся с использованием кредитных карт гостя, электронных денег, безналичного и наличного расчёта.

Расчёты с гостями за проживание, дополнительные платные услуги, телефонные переговоры.

Источник: https://vuzlit.com/357668/obsluzhivanie_nomerov_gostinitse

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите, кто входит в службу roomservice
2. Сформулируйте требования к сотруднику службы обслуживания в номерах
3. Перечислите основные этапы алгоритма обслуживания номеров

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. РАЗДЕЛ 7. ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ ТГЦ/Тема 7.1. История создания транснациональных гостиничных цепей (ТГЦ). - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о развитии рынка гостиничных услуг и глобализации
- изучить методики анализа стратегического развития гостиничных цепей

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Развитие рынка гостиничных услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Появление первых гостиничных цепей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Стратегическое развитие гостиничных цепей	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 7.1. История создания транснациональных гостиничных цепей (ТГЦ)

Текст лекции.

Несмотря на разнообразие средств размещения и интенсивное строительство новых отелей во всех регионах мира, спрос и потребности туристов в услугах размещения удовлетворены не в полной мере. Отдельные регионы (азиатский, ближневосточный, южно-африканский) при достаточном потенциальном спросе испытывают серьёзный дефицит средств размещения туристов. Эти регионы обладают высоким туристским потенциалом для привлечения дополнительного количества туристов - потенциальных постояльцев отелей. В России также спрос на высококачественные гостиничные услуги в значительной степени превышает предложение ввиду недостаточной развитости инфраструктуры и уровня сервисного обслуживания.

Глобальные процессы экономического и научно-технического развития и проявившаяся в последние годы тенденция к экологизации процесса экономического воспроизводства обусловливают появление новых характеристик спроса в индустрии гостеприимства. Растут требования, предъявляемые потребителями к гостиничным услугам, в части расширения ассортимента, повышения качества, безопасности, соответствия современному технологическому уровню и экологическим стандартам.

Транснациональные компании (корпорации) - международно-оперирующие фирмы, которые имеют подразделения в двух и более странах и управляют этими подразделениями на основе такой системы принятия решений, которая позволяет им проводить согласованную политику и общую стратегию, распределяя между собой ресурсы, технологию, ответственность для достижения наивысшего результата. ТНК составляют значительную часть современного мирового хозяйства, на долю их внутрикорпорационного оборота приходится около одной трети международного экспорта, и в ближайшее десятилетие доля их активов может достичь 50% всех мировых активов.

Термин «транснациональный» отражает главное изменение в структуре мирового рынка товаров и услуг - переход к новой стадии конкуренции, который влияет на функционирование практически всех отраслей экономики. Еще 30 лет назад этот термин употреблялся достаточно редко и относился к немногочисленным интернациональным предприятиям. Сегодня транснациональные компании (ТНК) контролируют производство товаров и услуг по всему миру. Такие гостиницы, как «Hilton» и «Marriott», можно встретить практически во всех крупных городах мира.

Транснациональные гостиничные цепи (ТГЦ) получили широкое распространение в послевоенный период. В настоящее время в мире действуют десятки транснациональных международных гостиничных цепей. Большинство гостиничных предприятий в мире входит в ту или иную гостиничную цепь. Под цепью подразумевается группа гостиниц (две и более), осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью.

В мировой практике для более эффективного ведения гостиничного бизнеса сформировалось несколько моделей объединения гостиниц. Цепь может иметь собственные здания или арендовать их. Руководство цепи имеет преимущества при разделе прибыли, но в то же время несет ответственность за операционные потери.

Специалисты дают разные определения понятиям «гостиничная цепь» и «гостиничная сеть». В таблицах 1, 2 представлены точки зрения некоторых авторов, объясняющих значение исследуемых понятий.

Таблица 1 - Определения понятия «гостиничная цепь» отдельными авторами

№ п/п	Определение	Автор(ы)
1	2	3
1.	Цепь гостиничная [(e) hotel chain, (f) chaine d' hotels, (d) hotelkette] - объединение нескольких гостиничных предприятий, принадлежащих одному владельцу, имеющих общее управление, выступающих под одним фирменным знаком и соблюдающим единые жесткие стандарты высококачественного обслуживания. Существуют национальные и транснациональные гостиничные цепи. В современных условиях глобализации мировой экономики гостиничные цепи занимают лидирующее положение в развитии индустрии гостеприимства	Рябова И.А., Исмаев Д.К., Путилина С.Н.
2.	(Под гостиничной) цепью, обычно подразумевают группу предприятий, которые осуществляют коллективный бизнес и находятся под непосредственным контролем руководства цепи. Цепь может иметь собственные здания или арендовать их. Руководство цепи имеет преимущества при разделе прибыли, но, в то же время, несет ответственность за все потери, возможные при любых (в частности финансовых) операциях.	Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А.
3.	Гостиничные цепи - это объединения нескольких гостиничных предприятий в коллективный бизнес, осуществляемый под единым руководством, в рамках единой концепции и под общей торговой маркой.	Ушаков Д.С.

4.	Гостиничная цепь - группа гостиниц, объединенных друг с другом и рассматривающихся как одно целое. Характеризуется общим руководством, общей концепцией продвижения продукта и общей торговой маркой. Владельцем гостиничной цепи может быть собственник гостиниц (частное лицо или компания, приобретшее гостиницы в собственность), а так же компания, заключившая с гостиницами контракт на управление или франчайзинговое соглашение.	Лесник А.Л., Мацицкий И.П., Чернышев А.В. и др.
5.	Гостиничная цепь представляет собой группу отелей (два и более), имеющих общие руководство, концепцию продвижения продукта и торговую марку. Формы присоединения отелей к цепи различны. Это может быть покупка предприятий размещения гостиничной компанией, заключение с ними франшизных договоров или контрактов на управление.	Александрова А.Ю.
6.	Под (гостиничной) цепью подразумевается группа предприятий (два и более), осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью. Цепь может владеть или арендовать здание и землю. Руководство цепи предприятий получает преимущества от любой прибыли, но в то же время несет и бремя ответственности за операционные потери.. Часто бывает трудно определить, управляется ли данное предприятие администрацией цепи, или оно является франшизным членом.	Х. Адлер, Дж. Р. Рузелли, Р.А. Браймер
7.	Гостиничная цепь - (это понятие) пришло в профессиональную терминологию как дословный перевод оборота, используемого в западноевропейских языках (англ., «hotel chain», фр. «chaine d' hotels», нем. «hotelkette»). На практике встречается также равнозначное определение «гостиничная система». Среди практиков гостиничного дела принято относить определение «цепочка гостиниц» прежде всего к группе гостиниц, использующих общее название. Гостиничная цепь - это определенное количество гостиниц, пользующихся одним и тем же названием и фирменным знаком, имеющих определенные общие потребительские особенности и проводящих совместную маркетинговую деятельность. Предприятие, управляющее гостиничной цепью, может быть ее владельцем или совладельцем, управлять ею либо осуществлять надзор за ее деятельностью на основе используемых соглашений. Встречается также определение «группа гостиниц». В состав группы обычно входят несколько цепочек гостиниц.	М. Туровский
8.	Под (гостиничной) цепью подразумевается группа гостиниц, осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью... Гостиничные цепи позволяют продвигать на мировой рынок высокие стандарты обслуживания, а также способствуют поддержке гостиничного обслуживания туристов. Путешественник, встретив отель знакомой ему корпорации в чужой стране, чувствует себя почти как дома, в привычной и комфортной обстановке.	Вавилова Е.В.
9.	(Гостиничная) «цепь» - это объединение гостиниц, находящихся в едином подчинении.	Немоляева М.Э., Ходорков Л.Ф.

10.	В послевоенный период получили широкое распространение международные гостиничные цепи. Вхождение в гостиничную цепь дает отелю значительные преимущества. В настоящее время в мире действуют десятки международных гостиничных цепей.	Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В.
11.	Ведущее положение в управлении гостиничным бизнесом принадлежит гостиничным объединениям или цепям. Обострение конкуренции вынуждает отели к объединению... Среди многочисленных сведений, которые турорганизатор собирает о конкретном отеле, не последнее место занимает его принадлежность к той или иной так называемой гостиничной цепи (объединение гостиниц, имеющих централизованное управление и образующих единый хозяйственный комплекс). Отели объединяются в цепи на различных правовых и экономических условиях, с сохранением большей или меньшей хозяйственной самостоятельности. При этом, цепи могут включать гостиницы одной или нескольких стран, то есть быть национальными и международными.	Азар В.И., Туманов С.Ю.

Как видим, определения, данные зарубежными (Х. Адлер, Дж. Р. Рузелли, Р.А. Браймер) и отечественными авторами (Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А.), совпадают. Определение, а скорее «толкование», термина «гостиничная цепь», приведенное в работе М. Туровского, самое объемное и самое доходчивое. В своей работе М. Туровский преимущественно оперирует понятием «группа гостиниц». Большинство из приведенных определений, на наш взгляд, недостаточно конкретны, носят характер рассуждений. В.И. Азар и С.Ю. Туманов и авторский коллектив словаря-справочника «Туризм, гостеприимство, сервис» (Аванесова Г.А., Воронкова Л.П., Маслов В.И. и Фролов А.И.) в своих определениях более точны, отдельно выделяют «национальные» и «международные» гостиничные цепи. Е.Е. Филипповский и Л.В. Шмарова, говоря о гостиничных цепях, также особо подчеркивают их международный характер.

Термин «цепь», по нашему мнению, тождественен используемым в источниках терминам «цепочка» и «сеть». Английские термины «(Hotel) Net» (дословно - «сеть», «сетка»), «(Hotel) Chain» (дословно - «цепь») применительно к гостиничной тематике можно считать эквивалентными. Термин «цепочка» (производная от «цепь» в уменьшительно-ласкательном значении) следует трактовать не как «цепь» малых размеров, а как полный синоним термина «цепь».

Понятие «транснациональные гостиничные цепи» выделяет из всего множества цепей, в том числе и международных, ту их часть, которая представлена в большом количестве государств, успешно функционирует, является, по нашему мнению, наиболее благополучной с точки зрения ведения бизнеса, а значит заслуживающей отдельного подробного изучения. В международном туризме процессы транснационализации традиционно рассматриваются на примере средств размещения [1]. В индустрии гостеприимства особенности транснациональных корпораций (ТНК) видны наиболее отчетливо.

Объединение в международные цепи предполагает, что отели предпримут усилия по повышению своей конкурентоспособности. У известных корпораций свои правила и стандарты, обеспечивающие своеобразие стиля и технологии обслуживания клиентов всех входящих в нее отелей.

Международные гостиничные цепи создают централизованные снабженческие предприятия, учебные центры, специализированные предприятия по ремонту и производству мебели и оборудования.

В связи с обострением конкуренции появились и развиваются еще две формы объединений: компании по управлению гостиницами и цепи, объединяющие независимые гостиницы. Управленческие фирмы работают как с независимыми отелями, так и с известными гостиничными цепями. От этих компаний ждут радикальных улучшений в

текущей хозяйственной деятельности отелей, заключивших с ними соответствующие контракты.

Каждая гостиничная сеть, как правило, имеет собственную систему бронирования, направленную на первоочередную заполняемость входящих в нее отелей, а значит, интеграция с той или иной сетью в большей степени обеспечивает постоянный приток клиентов. Также все большее продвижение получают системы гостиничного бронирования, принадлежащие крупным авиакомпаниям или консорциумам, но включение в них, как правило, достаточно дорого для отдельных отелей.

Принадлежность к гостиничной сети предполагает формирование качественных услуг, которые должны поддерживаться на одинаково высоком уровне для всех предприятий, входящих в нее. Все основные гостиничные объединения имеют единые нормативы и параметры оснащения помещений, технологию и стандарты обслуживания. Их обеспечение требует создания сильных снабженческих организаций, развитой обеспечивающей инфраструктуры, что могут позволить себе только большие гостиничные объединения.

Появление новых требований к отелям со стороны туристов ставит международно-оперирующие гостиничные компании перед необходимостью поиска новых путей и способов их удовлетворения, неизвестных и ранее не рассматриваемых. Развитие и совершенствование современных гостиничных технологий связано с информационными системами управления. Увеличивается прозрачность гостиничного бизнеса, растут требования потребителей к качеству гостиничных услуг, социальной и экологической ответственности гостиничных компаний.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Особенности функционирования рынка гостиничного продукта, перспективы его развития
2. Глобализация экономики и выбор новых организационных форм управления организациями индустрии гостеприимства
3. Организационная и экономическая проработка выбранного гостиничного продукта
4. Стратегии развития в индустрии гостеприимства
5. Особенности функционирования рынка гостиничного продукта, перспективы его развития
6. Глобализация в развитии бизнеса.
7. Развитие рынка гостиничных услуг.
8. Развитие технологий.
9. Появление первых гостиничных цепей.
10. Создание системы франчайзинга.
11. Стратегическое развитие гостиничных цепей.
12. Мировая экспансия транснациональных гостиничных цепей.
13. Сетевая организация гостиничного бизнеса.
14. Понятие гостиничная "сеть" (система), гостиничная группа.
15. Виды гостиничных цепей (интегрированные цепи, консорциум).
16. Формы управления сетевого гостиничного бизнеса (франчайзинг, управление по контракту (management agreement), стратегия пользования на правах аренды (leasehold)).
17. Исторические этапы развития гостиничных систем.

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. РАЗДЕЛ 7. ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ ТГЦ/Тема 7.2. Франчайзинг как основа создания ТГЦ. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об особенности франчайзинга в гостиничном бизнесе.

- изучить структуру франчайзингового договора транснациональных гостиничных цепей.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Сущность франчайзинга в гостиничном бизнесе	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Особенности франчайзинга в гостиничном бизнесе.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
1.3	Франчайзинговый договор транснациональных гостиничных цепей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 7.2. Франчайзинг как основа создания ТГЦ.

Текст лекции.

Гостиничные цепи образуются посредством как открытия новых отелей под тем или иным брендом, так и путем вхождения отелей на условиях франшизы. Стоит отметить, что в настоящее время примерно 80 % отелей входит в цепи именно на правах франчайзинга.

Франчайзинг в гостиничном бизнесе - это соглашение между владельцем бренда (франчайзером) и другим партнером (франчайзи), состоящий из письменного соглашения, предусматривающего право на использование торговой марки франчайзера в обмен на плату соответствующей платы и написанного соглашения, которое состоит из прав и обязательств для обеих сторон (рис.).

Рис. -Структура управления франчайзинга

Франчайзер передает свои права на пользование торговой маркой, системы маркетинга, сбыта и централизованного резервирования номеров, системы управления операциями франчайзиату, который подчиняется управленческим критериям франчайзера, поддерживает его стандарты обслуживания и комфорта, выплачивает гонорар за соглашение в размере 3-4% оборота, а также вносит первоначальный взнос в размере около 30%.

Франчайзер по контракту франчайзинга передает свои стандарты обслуживания и вместе с ними свою репутацию. Компания предоставляет свою технологию в обмен на инвестицию. Она помогает франчайзиату в организации мероприятий по паблисити и советами при покупке оборудования, а также занимается подготовкой персонала.

Насыщенность рынка туристического бизнеса сегодня столь велика, что мелким компаниям практически нереально удержаться на рынке. Покупка франшизы крупной цепи решает данную проблему. Однако здесь важно не прогадать, выбрав для себя оператора с самыми приемлемыми условиями.

Туризм - один из самых распространенных видов бизнеса для франчайзинга. И дело тут вовсе не в известном бренде, или заимствовании каких-то бизнес-схем, а в налаженных связях с иностранными партнерами - принимающей стороной, экскурсионными компаниями, отелями и т.д.

Именно поэтому сегодня франчайзинг в туризме все больше и больше наращивает обороты во всем мире. И по объему рынка он уже приближается к продуктовой сфере.

Идея франчайзингового проекта в туризме состоит в использовании «признанной» туристической марки — бренда. Для сети малых и средних турагентств в регионах по продаже туристского продукта туроператора. Все офисы данной сети турагентств объединены одной туристической маркой с:

— единственными принципами функционирования;

— общей корпоративной культурой;

— консолидированным рекламным бюджетом и эксклюзивными правами рекламы

Все участники данного проекта «франчайз» получают:

— право на использование туристической марки туроператора;

— возможность реализовать туры через онлайн систему бронирования;

— особые (привилегированные) условия реализации турпродукта;

— право поручать заниматься разбором возможных жалоб клиентов профессиональным юристам;

— возможность сконцентрироваться только на успешной реализации турпродукта, поскольку функции маркетинга, рекламной компании, стратегии развития, решение проблем, будут вполне возложенные на туроператора;

— возможность постоянно повышать квалификацию работников турагентства на семинарах и курсах с привлечением ведущих специалистов по финансовым, технологическим, управленческим, кадровых и юридических вопросах;

— возможность стать полноправным акционером фирмы туроператора.

Таким образом, сущность франчайзинга представляет собой систему взаимоотношений, которая заключается в коммерческой передачи одной стороной (франчайзером — владельцем «признанной» туристической марки) другой стороне (франчайзи — турагентства или индивидуальному частному предпринимателю) своих средств индивидуализации услуг, использование которых будет способствовать росту и надежному закреплению на туристическом рынке товаров и услуг

Сущность этой модели заключается в том, что франчайзер устанавливают все выплаты, связанные с франчайзинговой системой. Это включает в себя вступительный взнос, регулярно оцениваемый сервисный взнос за использование «признанной» туристической марки, выплаты в рекламный фонд и другие взносы предложены франчайзером

Со второй половины XX века в США начала формироваться концепция международной цепи в гостиничном бизнесе, впервые созданная гостиничной сетью Hilton. Несмотря на активную рыночную тенденцию к объединению гостиниц в цепи, в настоящее время проявляющуюся во многих странах, в первую очередь данная тенденция характерна именно для США, что во многом характеризуется высоким развитием франчайзинга в этой стране. Так, в США около 90% всех гостиниц входят в цепи, а в странах Западной Европы, доля гостиниц, объединенных в цепи составляет лишь около 20% от общего числа гостиниц.

В Европе основные международные гостиничные цепи достаточно широко используют франчайзинг, особенно InterContinental Hotel Group, однако в основном преобладает прямое управление отелями.

В США за счет высокого развития франчайзинга, практически все крупнейшие международные цепи развиваются в рамках данного способа организации коммерческой деятельности, имея незначительное число отелей в собственности или прямом управлении. В Центральной и Южной Америке также основное развитие крупнейших гостиничных сетей производится с использованием франчайзинга.

В России и СНГ развитие ряда крупных гостиничных цепей производится с использованием франчайзинга (в первую очередь цепи Carlson Rezidor, а также – в меньшей степени – цепей InterContinental Hotel Group и Hilton Worldwide), однако некоторые крупнейшие международные цепи развиваются преимущественно через организацию прямого управления – такие цепи как Starwood Hotels & Resorts и Accor

Франчайзинг в гостиничном бизнесе характеризуется в первую очередь высокой значимостью бренда франчайзера и наличием у него развитой системы бронирования. В этой связи закономерной особенностью франчайзинга в гостиничном бизнесе является активное участие франчайзера в построении бизнеса франчайзи. Так, например, все международные гостиничные цепи требуют от франчайзи, чтобы утверждение генерального директора гостиницы осуществлялось совместно с представителем франчайзера.

В России франчайзинг достаточно широко применяется в гостиничном бизнесе и его распространенность возрастает, что обусловлено формированием на российском рынке существенного сегмента специалистов, способных построить эффективные системы управления отелями, соответствующими международным стандартам ведущих мировых гостиничных сетей, в то время как на первых этапах выхода международных гостиничных цепей на российский рынок инвесторы в основном заключали договоры прямого управления с данными цепями. Следует заметить, что франчайзинг на российском гостиничном рынке практически полностью связан с международными гостиничными цепями.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Сущность франчайзинга.
2. Основные понятия во франчайзинге.

3. Достоинства и недостатки франчайзера и франчайзи.
4. Особенности франчайзинга в гостиничном бизнесе.
5. Франчайзинговый договор транснациональных гостиничных цепей.
6. Особенности и преимущества деятельности международных систем гостиничного хозяйства (финансовая, маркетинговая, техническая экономия, экономия при закупках, экономия управления, экономия вследствии рассеивания рисков).
7. Типология стратегий развития.
8. Единые гостиничные стандарты международной гостиничной сети.
9. Формирование вертикально-интегрированных структур (гостиницы, авиаперелет, туроператор, турагентство).
10. Крупнейшие международные гостиничные цепи.

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. РАЗДЕЛ 8. СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И УПРАВЛЕНИЯ ТГЦ / Тема 8.1 Технологии ТГЦ - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- изучить технологии работы транснациональных гостиничных цепей
- сформировать знания об особенностях управления гостиничными цепями.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технологии транснациональных гостиничных цепей	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Особенности управления гостиничными цепями.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные технологии управления транснациональными гостиничными цепями.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 8.1. Технологии ТГЦ

Текст лекции.

Любой отель представляет собой некую систему или совокупность связанных между собой элементов, действующих как единое целое при реализации его генеральной цели. Для

эффективного управления отелем необходимо, чтобы все управленческие решения, направленные на удовлетворение потребностей гостей, опирались на строго зафиксированную управленческую иерархию.

Менеджмент (англ. management), совокупность принципов, методов, средств и форм управления экономическим субъектом для улучшения эффективности его деятельности, снижения затрат и увеличения прибыли.

Основными методами менеджмента являются: ситуационный подход, стратегическое планирование и целевое управление.

Основными задачами менеджмента являются принятие и реализация принятых решений. Решение задач менеджмента достигается путем определения способов осуществления целей, выполнением управленческих решений, подготовкой и переподготовкой работников, контролем и корректировкой реализации решений.

Современному менеджменту, по оценке известных, консультантов гостиничного дела Волова А.Б. и Иванова В.В., известны пять основных видов классических организационных структур управления в зависимости от способа их построения - линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизионная и матричная. Рассмотрим особенности, способы и условия, а также преимущества и недостатки использования каждой из них на примере гостиничного менеджмента.

А. Линейная структура управления (ЛСУ) является самой простой по построению и обеспечивает непосредственное, прямое воздействие на объект управления - персонал гостиницы (исполнителей) и бизнес-процессы со стороны линейного руководителя, возглавляющего определенный участок гостиницы. Под участком в данном случае следует понимать определенную доходно образующую сферу бизнеса гостиничного предприятия, например: номерной фонд, рестораны и бары, конгресс-центр и банкетную службу, оздоровительный клуб и т. д.

В ЛСУ в полной мере выполняется принцип единоначалия, т. к. все исполнители внутри подразделения подчиняются одному единственному человеку - линейному руководителю, который решает вопросы широкого круга, но только в рамках своего участка. Подобные взаимодействия обеспечивают высокую скорость и достоверность движения информации, непротиворечивость заданий, а также способствуют сокращению числа управленческого персонала в отеле. Система управления также обеспечивает возможность контроля над исполнением поручений, т. к. линейный менеджер несет полную персональную ответственность за результаты работы своего подразделения.

С другой стороны, руководитель подразделения в ЛСУ должен быть высоко квалифицирован и компетентен во всех вопросах, касающихся непосредственно его участка. Действительно, например, менеджер ресторанов и баров помимо знаний в области ресторанного дела и общих навыков руководства должен обладать знаниями в области продаж и маркетинга, логистики продовольствия и складирования, бухгалтерского учета, а также технического и компьютерного обеспечения. Несмотря на простоту построения самой структуры, слишком усложненным представляется производство и предоставление услуг внутри участков гостиницы, что приводит к увеличению числа линейного персонала.

Применение. Построение систем гостиничного менеджмента по принципу ЛСУ наиболее часто встречается в мини-отелях, предоставляющих неширокий или ограниченный спектр услуг и относящихся к категории три или четыре звезды. Наиболее яркими примерами московских отелей, использующих принципы ЛСУ, являются московские «Алроса на Казачьем», «Сретенская» или «Акварель», количество подобных отелей на рынке пока не велико. Усложнение технологий обслуживания и расширение спектра оказываемых гостиницами услуг послужили причиной перехода к более сложным структурам управления, использование которых в гостиничном бизнесе является более эффективным и предпочтительным в настоящее время.

Б. Функциональная структура управления (ФСУ) - организационная структура, построение которой основано на дифференциации функций управления, разделяющих

процессы на отдельные операционные отрезки, а управленческие воздействия на воздействия по функциям. Подобная организационная структура является классическим вариантом разделения труда по вертикали. Применение ФСУ обусловлено ростом размеров отелей, усложнением процедур предоставления услуг, появлением новых гостиничных продуктов, и, в связи с этим, необходимостью деления сложных бизнес-процессов и работ на простейшие операции (действия) для организации наиболее эффективной координации и контроля над их исполнением.

Функциональная структура предполагает разделение всей гостиничной деятельности, а также внутренних процессов по направлениям, каждое из которых возглавляет функциональный руководитель. Такими направлениями являются - организация приема и размещения гостей, организация питания в гостинице, продвижения услуг гостиницы на рынок и организация маркетинговых исследований, организация учета и контроля над поступлением и использованием средств (бухгалтерия), управление человеческими ресурсами (отдел кадров), обеспечение технической и информационной поддержки внутренних операций и процессов (инженерная служба, IT - служба) и т. д. ФСУ предполагает, что функциональные руководители гостиницы не вмешиваются в дела друг друга, а их деятельность координируется директором гостиницы или его заместителем. Использование рассматриваемой структуры способствует быстрому профессиональному росту функциональных руководителей, а также повышению оперативности и качества принятия решений внутри подразделений, т. к. руководители принимают решения в основном в той сфере, в которой наиболее компетентны.

Пожалуй, главным недостатком использования рассматриваемой структуры является тот факт, что она делит единые процессы на множество различных операционных отрезков (мини-процессов), что, с одной стороны, способствует повышению эффективности их выполнения, однако ведет к снижению эффективности выполнения процесса в целом. Это является следствием нарушения или ослабления взаимодействия функциональных подразделений. Поэтому для оптимизации работы ФСУ управления необходимо снижать значение любых диагональных связей в структуре и усиливать вертикальную, а также горизонтальную интеграцию для обмена информацией между функциональными направлениями.

В отличие от линейной структуры управления функциональная допускает связь руководителя с исполнителями через менеджеров среднего промежуточного звена. Они, в свою очередь, могут часть своей ответственности делегировать на нижестоящий уровень, выступая по отношению к нему в качестве функционального руководителя. Таким образом, один работник может одновременно подчиняться сразу нескольким функциональным руководителям. На практике это часто приводит к нарушению принципа единоначалия и распорядительства. По сравнению с линейной системой управления в ФСУ может снижаться оперативность принятия решений, требующих участия представителей нескольких служб отеля, а также возникать конфликт интересов их руководителей.

Применение. На сегодняшний день ФСУ является самой распространенной системой управления в гостиничном бизнесе и наиболее часто используется для организации управления средними и крупными отелями, особенно первоклассными, предоставляющими широкий спектр услуг своим клиентам. Подобную систему организации используют «Националь Ле Меридиан», «Рэдиссон САС», «Метрополь» в Москве, «Гранд Отель Европа», «Астория» в Санкт-Петербурге и многие другие.

В. Линейно-функциональная структура управления (ЛФСУ) является одновременно развитием и комбинацией двух предыдущих структур управления. Основной целью ее построения является использование преимуществ ЛСУ и ФСУ.

У линейного руководителя внутри его участка теперь появляются функциональные звенья, менеджеры которых выступают его непосредственными советниками.

Так, например, у линейного руководителя участка ресторанов и баров может быть сформировано звено персонала по кухне (повара, кондитеры, работники по кухне), звено

обслуживающего персонала ресторанов (официанты, бармены, метрдотели), хозяйственное звено (уборщики, посудомойки, инженеры), звено продаж и маркетинга, звено бухгалтерии, а также звено логистики (снабжение и склад). У менеджера службы номерного фонда появится звено бронирования, звено приема и размещения (администраторы стойки портье, кассир, консьерж, швейцары, подносчики багажа, посыльные), хозяйственное звено (горничные, инженеры), звено продаж и маркетинга, звено бухгалтерии, звено логистики.

В ЛФСУ линейный руководитель участка разделяет общее управление своим подразделением по функциям, - он оказывает линейное воздействие на функциональных руководителей, а те, в свою очередь, оказывают технологическое содействие исполнителям в выполняемых работах. Как и в линейной структуре управления в ЛФСУ внутри подразделения функции управления полностью разделены и на руководителе лежит вся полнота ответственности за результаты работы. Ее использование способствует улучшению качества принятия управленческих решений в результате углубления специализации. В то же время, применение ЛФСУ подразумевает усложнение структуры и увеличение размера управленческого штата.

Применение. Использование системы ЛФСУ или отдельных ее элементов встречается сегодня на практике в средних и больших отелях, руководство которых предпочитает управлять бизнесом путем его структурирования не по функциональным критериям, а по центрам прибыли. Широкое распространение, хотя и в видоизмененной форме, данная система получила (и до их пор находит) в эпоху процветания советских принципов хозяйствования, когда директор отеля управлял бизнесом исключительно через аппарат своих заместителей, курировавших определенную совокупность служб гостиницы. Подобная система управления, например, с успехом использовалась до последнего дня существования гостиницы «Москва» в г. Москве в 2003 году.

Г. Дивизионные структуры управления (ДСУ) - это структуры, формирование которых происходит за счет обособления на уровне производства услуг (обслуживания) функций па какому-либо критерию (гостиничным продуктам, группам потребителей, рынкам сбыта и т.д.), а также концентрации функций управления на конкретных участках или сферах, причем центрам внимания является самая прибыльная сфера (основной источник прибыли).

Для построения дивизионных структур управления используется следующий алгоритм:

- - формируется единая для любой из выбранных сфер система менеджмента па функциональному признаку для организации управления всеми видами сфер; она состоит из функциональных руководителей высшего звена управления;
- - отдельна формируется система источников (сфер) прибыли отеля, т.е., например, производства всего спектра гостиничных услуг, совокупность групп потребителей или целевых рынков сбыта, а также их дифференциация па степени доходности. Управление конкретной сферой внутри этой системы осуществляется усилиями менеджеров среднего и низового уровней управления;
- - формируется взаимосвязь названных систем управления и осуществляется руководства функциональных руководителей первой системы над управляющими конкретными видами сфер внутри второй системы.

Т. к. рассматриваемая система управления строится под конкретные виды гостиничных продуктов, она закладывает базовые предпосылки для наиболее эффективной организации процессов их производства, управления, контроля качества и сбыта на рынках. Дифференциация по признаку наиболее прибыльного продукта способствует достижению гостиницей максимума прибыли. Обособление функций по видам гостиничных продуктов, группам потребителей, рынкам сбыта и т.п. позволяет вести отдельный учет, сбыт, снабжение и другие операции па выбранным сферам (источникам прибыли). В то же время, сложность построения самой структуры управления требует наличия в штате отеля большого количества компетентных высококвалифицированных специалистов.

При построении дивизионной структуры управления, ориентированной на потребителя (ДСУОП), дифференциация па признаку наиболее доходной группы потребителей позволяет

сконцентрироваться на максимальном удовлетворении ее требований к обслуживанию, а также наиболее эффективно формировать и управлять всей клиентской базой отеля. Тем не менее, использование структуры да пускает вероятность снижения качества обслуживания менее доходных групп потребителей.

Применение. Многие современные отели успешно используют в организации своей работы элементы ДСУ для развития новых и совершенствования существующих продуктов, завоевания новых перспективных рынков и т.д. Как ожидается, данная система организации будет использоваться для официального представления на рынке и дальнейшего развития нового продукта отеля «Балчуг Кемпински Москва» по выездному обслуживанию - бренда «Балчуг Кейтеринг» («Baltschug Catering»).

Д. Матричная структура управления (МСУ) в виду особенностей своего построения ориентирована на конкретный проект или программу. Ее использование в гостиничном бизнесе рекомендуется при разработке и внедрении новых гостиничных продуктов (открытии навага ресторана, введении новой категории номеров), реализации программ повышения качества обслуживания гостей, организации тренингов па повышению квалификации персонала и т. д.

Формирование МСУ происходит за счет наложения на функциональную структуру (ФСУ) линейной структуры управления конкретным проектам. Во главе каждого проекта назначается менеджер, осуществляющий управление па горизонтали (общее администрирование проекта), кроме того, каждый из исполнителей также отчитывается руководителю сваей службы. Аппарат функциональных руководителей, чьи взаимоотношения с исполнителями проекта характеризуются наличием функциональных связей, реализует функции управления финансами, кадрами и другими ресурсами, необходимыми для реализации проекта. Таким образам, проектная группа находится в жесткой системе перекрестных: связей. Как правила, матричная структура носит временный характер до полной реализации проекта, программы, идеи и т.п. После окончания проекта команда распускается.

Матричная система управления, ориентированная на реализацию проекта, является одной из наиболее гибких организационных структур. Ее использование закладывает предпосылки для эффективной координации рабаты персонала в проекте, оптимальному использованию ресурсов отеля, а также снижению оперативной нагрузки на высшее руководства. С другой стороны, МСУ имеет и ряд недостатков. Главный из них - двойное руководство или дуализм в результате подчинения исполнителей одновременно руководителю проекта и менеджеру службы, что может приводить к возникновению конфликтных ситуаций. Достаточно трудным представляется также процесс определения и осуществления баланса власти и ответственности менеджеров за результаты работы команды по проекту. К тому же в случае одновременной реализации нескольких проектов менеджменту отеля приходится распределять ресурсы сразу по нескольким направлениям.

Применение. Матричная система управления рекомендуется к использованию в отелях при осуществлении и реализации специальных проектов. Например, при открытии нового ресторана в гостинице руководитель проекта набирает себе временную команду из работников каждого функционального направления. Эта команда работает вместе в период выполнения всего проекта. В этом случае, работник службы ресторанов и баров отвечает за разработку блюд нового ресторана, подготовку меню, работник технической службы отвечает за налаживание системы кондиционирования, энерго- и отопительных систем ресторана, координирует проведение ремонтных работ. Работник хозяйственной службы отвечает за обустройство интерьера и дизайн. Представитель отдела продаж и маркетинга занимается разработкой фирменного стиля ресторана, его имиджем, подготавливает программу продвижения услуг ресторана на рынок. Работник отдела кадров курирует вопросы подбора команды ресторана (повара, официанты, метрдотели, охрана, уборщики). Представитель финансового отдела (бухгалтер) ведет учетные и расчетные операции. Управление командой проекта с использованием матричной структуры применялось, например, при реализации

проекта реконструкции и открытия нового ресторана «Брассери Эрте» в гостинице «Аэростар» в 2002 году.

Все представленные выше по методике Валова А.Б. и Иванова В.В. организационные структуры управления используются для организации управления современными отелями. На практике встречаются ситуации, когда руководство отеля использует элементы нескольких систем управления при формировании собственной организационной структуры. Для удобства выбора гостиничным менеджментом варианта структуры управления предлагается сравнительный анализ их характеристик, условий и возможностей применения в современном гостиничном бизнесе.

Необходимо отметить, что на формирование характеристик организационной структуры менеджмента гостиницы помимо особенностей самого отеля, а также системы взаимоотношений его работников также влияют внешние факторы (экономические, политические, социально-культурные и т.п.). И чем динамичнее изменяются факторы внешней среды, тем адаптивнее должна быть структура менеджмента. Поэтому, являясь базой для эффективной организации работ в рамках отеля, структура управления, тем не менее, должна быть гибкой и подвергаться систематическому пересмотру на предмет соответствия стратегическим целям гостиничной компании. Также должны учитываться текущие изменения, связанные с ростом квалификации работников, появлением новых управленческих технологий, изменением состава функций управления и условий внешней среды.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Технологический процесс в гостинице: понятие и виды
2. Выбор технологического процесса в гостинице
3. Анализ гостиничных технологий
4. Понятие и виды гостиничных технологий
5. Технологии создания гостиничного продукта
6. Основные направления автоматизации и виртуализации современной индустрии гостеприимства
7. Системы автоматизации в гостиницах: системы управления, документационного обеспечения
8. Технологические аспекты процесса проектирования гостиничного продукта
9. Этапы обслуживания гостя
10. Технологии бронирования мест и номеров в гостинице

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. РАЗДЕЛ 8. СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И УПРАВЛЕНИЯ ТГЦ / Тема 8.2 Управление ТГЦ- Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы успешного управления ТГЦ
- изучить показатели эффективности использования ресурсов в управлении ТГЦ

1. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Трудовые ресурсы в управлении ТГЦ.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия
2	Финансовые ресурсы в управлении ТГЦ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Информационные ресурсы в управлении ТГЦ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 8.2. Управление ТГЦ

Текст лекции.

Помимо общих для всех гостиниц особенностей организации и функционирования каждый вид гостиниц (гостиничных объединений) имеет свою специфику. По способу организации бизнеса на сегодняшний день в мировой гостиничной индустрии выделились 2 больших группы гостиничных объектов по типу управления - гостиничные цепи и независимые гостиницы:

- независимые гостиницы находятся в самостоятельном владении, распоряжении и пользовании владельца, получающего прибыль от такой собственности. Наличие договорных обязательств с другими компаниями в вопросах управления или использования чужого торгового знака или знака обслуживания не влечет за собой изменение статуса предприятия как независимого по отношению к другим субъектам рыночных отношений.
- цепь - объединение гостиниц (два и более), осуществляющее коллективный бизнес и находящееся под непосредственным контролем руководства цепью. Цепь может иметь собственные здания и землю или арендовать их. Руководство цепи имеет преимущества при разделе прибыли, но в то же время несет ответственность за операционные потери.

Основой гостиничной цепи является стремление к идентичности предоставления услуги, вне зависимости от места и времени ее продажи. Это влечет, как неизбежное, унификацию организации функционирования, планирования рабочих пространств (логистики) помещений, вплоть до единого стиля, дизайн - оформления, ассортимента и уровня услуг, а также стандартов качества обслуживания гостей.

Гостиничные цепи, ориентированные на определенные массовый стандарт предоставления услуг, как правило, функционируют в крупных городах со значительной концентрацией постоянного и временного населения. Это естественно, т. к. здесь есть высокий спрос на номера, спрос здесь создается благодаря «стандартизированному гостю», имеющему целью приезда деловые центры, международные компании, известные исторические памятники, спортивные сооружения и пр.

Часто в цепь гостиниц входят различные типы гостиниц, тогда они объединяются в подгруппы и имеют свою марку, в результате чего образуется - гостиничная компания, объединяющая несколько торговых марок - «брендов», также порой называемых цепями. Преимущество компаний и цепей, строго придерживающихся своих фирменных наименований торговой марки, состоит в том, что потребители, воспользовавшись услугами одной гостиницы цепи, могут быть уверены в идентичном качестве обслуживания и

размещения в другой гостинице цепи, независимо от ее местонахождения. Это, в частности, позволяет гостиничным компаниям задолго до открытия новой гостиницы проводить ее рекламу и бронирование мест в ней, т.к. постоянные клиенты предпочтут новую гостиницу со знакомыми стандартами размещения и обслуживания случайному выбору. Практика показывает, что гостиничная цепь начинает бронирование мест в новой гостинице еще за год до ее открытия. С момента открытия бронирования в новой гостинице ее название и реквизиты включают в национальный перечень гостиниц, а также во всевозможные специальные справочники.

В итоге, гостиницы цепи с самого начала обеспечены клиентами, тогда как вновь организованная независимая гостиница, должна самостоятельно начать бороться за каждого нового гостя.

Гостиницы цепи, относящиеся к определенному «бренду», в отличие от независимых предприятий, тем не менее, ограничены в создании специфических особенностей обслуживания, поскольку:

А. Гостиницы цепи в целях получения прибыли ориентированы на предложение своего продукта (товара, услуги) широкому кругу потребителей. Услуга при этом не может не приобретать усредненный характер, что соответствует интересам цепи, но не конкретной гостиницы. В связи с этим, у ряда гостиниц в силу значительного разброса вкусов клиентуры возникают трудности, вызванные невозможностью создания своего специфического продукта, т.к. он может не совпасть с интересами рыночного сегмента цепи.

Б. Находясь в составе системы управления гостиничной цепочки, гостиницы стремятся к единообразию со всеми предприятиями. Предприятия ориентированы на то, чтобы клиенты знали, что положительный опыт, достигнутый в одной из гостиниц цепи, безусловно будет повторен внутри цепочки независимо от страны, или региона расположения.

В. Управление гостиничной цепочкой в значительной степени упрощается в случае стандартизации услуг, обслуживания и управленческой политики: есть возможность экономии на закупках, наем и подготовка специалистов стоят относительно дешевле, упрощен контроль за качеством услуг и т. д. Процесс выхода гостиничных цепей на международные рынки сопровождался постоянным поиском новых организационных форм и методов управления, которые, при учете специфики гостиничного хозяйства, позволили бы обеспечить цепи оптимальную прибыль. В противоположность промышленным компаниям, состоящим из производственных групп, выделенных по принципу специализации, обслуживания сбыта или территориального единства, в начале своего развития гостиницы цепи в определенном регионе объединялись в филиалы. Филиал осуществлял руководство группой гостиниц, находящихся в одной стране или географическом регионе. В результате осуществлял ось сравнительно более глубокое проникновение на рынок. Выполнение основных управленческих функций руководством филиала или цепи создает предпосылки для более рационального использования кадров, позволяя создать самостоятельные подразделения, занимающиеся решением определенных вопросов, что не по силам отдельной гостинице.

Однако, создание филиалов в значительной степени связано с управлением собственными гостиницами цепи. Быстрое расширение гостиничных цепочек в 70-80 годы истощило их инвестиционные фонды. Поэтому, в настоящее время, чтобы выйти на новые рынки снизить риск открытия новых гостиниц, а также уменьшить инвестиционный капитал, гостиничные цепи стали широко применять новые формы развития.

На сегодняшний день гостиничный бизнес олицетворяет собой в значительной степени франчайзный подход к предпринимательству, и практика свидетельствует, что спада в этом деле не предвидится. Например, систему франшизных отношений широко использует «Рэдиссон Хотелз»: В 1986г. число франшизных гостиниц было 59, а в 2000 г. оно увеличилось до 307; «Холидей Инн», в настоящее время лидер САС среди гостиничных компаний «брендов», состоит почти на 100% из франшизных членов. Вместе с тем, территориальный признак организации работы гостиничных цепей сохранился и в настоящее время, когда в целях дальнейшего расширения цепей при минимизации риска широко

применяется франчайзинг. Таким образом, объединяя несколько гостиниц, цепи становится легче решать задачи совершенствования организации строительства и сдачи в эксплуатацию, дизайна и обстановки помещений гостиниц, совершенствования и внедрения новых форм обслуживания и исследовательской работы.

В отличие от гостиничных цепей, независимые гостиницы, которые крайне редко столь же крупные, как стандартная гостиница цепочки, (в среднем от 10 до 200 номеров), кроме крупных городов, являются типичными для небольших городов или курортных поселений. На территориях такого типа они существуют не боясь конкуренции со стороны цепей, т.к. гостиничные корпорации с крупным бизнесом считают подобные районы для своего делового масштаба практически нежизнеспособными. Одновременно, целый ряд гостиничных компаний, принимая во внимание рост спроса на услуги малых гостиниц и их преимущества по сравнению со средними и крупными, начали развивать цепи малых гостиниц.

Возможность придания своему бизнесу неповторимых черт является и спецификой, выделяющей независимые гостиницы среди других, и одним из преимуществ этих гостиниц.

В процессе поиска путей облегчения работы на рынке независимые гостиницы создают ассоциации, при этом сохраняя свою самостоятельность. Смысл ассоциативного объединения независимых гостиниц состоит в том, что члены ассоциации могут использовать систему бронирования, принадлежащую ассоциации, концепцию маркетинга и другие дорогостоящие для отдельной гостиницы услуги. Между членами объединения происходит обмен информацией и опытом, накопление и анализ информации, оформляются групповые страховые полисы, создаются пулы для закупки продуктов большими партиями, что дает право на оптовые скидки. В результате, ассоциации оказывали содействие в решении общих вопросов, сокращая расходы своих членов.

Таким образом, помощь, оказываемая ассоциациями независимым гостиницам, сводится к предоставлению посреднических услуг, распространению информации и защите интересов перед органами власти, тогда как другие формы организации бизнеса, в том числе и франчайзинг, позволяют получить ряд экономических преимуществ.

В настоящее время даже специалисты с трудом могут объяснить разницу между различными формами, связывающими владельцев гостиниц с разнообразными внешними структурами, созданными для повышения эффективности бизнеса. Многие не понимают, чем отличается независимая управляющая компания от структуры, руководящей гостиничной цепью, франчайзинговая система от добровольной гостиничной ассоциации и сети систем информации и бронирования. Возникает эта путаница из-за того, что цель всех объединений - повысить эффективность эксплуатации гостиниц, но приемы, позволяющие добиться этого в условиях насыщенных рынков, сводятся к набору стандартных действий.

Независимая управляющая компания обычно имеет дело с несхожим гостиничным продуктом различных отелей, связанных (или не связанных) франчайзинговыми отношениями с другой компанией. Владелец гостиницы платит как управляющей компании, так и отдельно - франчайзинговой за использование ее торговой марки. На московском гостиничном рынке примерам таких отношений могут стать отели цепи Marriott, управляемые компанией Interstar.

Компания, управляющая гостиничной цепью, в основном, имеет дело только с собственностью, объединенной единой торговой маркой, как, например Ritz-Carlton. В этом случае владелец платит ей за управление своей собственностью и предоставление ряда иных услуг, в том числе за торговую марку. Франчайзинговая система предоставляет права на использование своего имени, логотипа, систем бронирования, стандартов обслуживания и других услуг; но не осуществляет непосредственного управления отелем. Большинство столичных гостиниц высокого класса имеют договоры франчайзинга с компанией, владеющей торговой маркой.

Сеть систем информации и бронирования позволяет гостинице стать частью общенациональной или международной системы бронирования и, в то же время, сохранить свое имя. Будучи ее членом, она платит за присоединение к ним, осуществляя прочие операции по управлению и продвижению своих услуг самостоятельно или с помощью

специальных структур, перечисленных выше. Крупнейшими системами такого типа в США являются Quality Courts, Best Western, Best Eastern и Master Hosts. Некоторые из них позднее преобразовались в ассоциации с полным набором услуг, предоставляемых их членам, и мало чем отличаются от франчайзинговых компаний.

Сегодня в мире существует множество гостиничных ассоциаций, предлагающих своим членам весь спектр услуг, традиционно включаемых в франчайзинговый пакет, в том числе маркетинговые исследования. Независимые отели и национальные гостиничные цепи присоединяются к ним, чтобы продвигать свои торговую марку или продукт на международных рынках. Такие организации обычно классифицируются как добровольные гостиничные цепи/ассоциации. На российском рынке наиболее известна Leading Hotels of the World, объединяющая только пяти звездные отели класса «де люкс» в 60 странах мира.

Помимо приведенных структур, существуют «гибриды», такие как Hilton и Marriott, действующие под собственным именем или предоставляющие свои торговые марки на условиях франчайзинга отдельным отелям.

Если говорить об управлении объектом, то в данном случае менеджер, наверное, сталкивается с теми же проблемами, что и в офисных зданиях, хотя этот термин практически не применим к гостиницам. Сложность инженерных задач, стоящих перед соответствующими службами в гостиницах, пожалуй, даже выше, чем для других видов коммерческой недвижимости.

В гостиницах, как и в жилых домах, многократно возрастает нагрузка на водоснабжение и канализацию, необходимо обеспечивать безопасность большого количества людей. И инженерно-техническая сторона воспринимается как одно целое с гостиничным бизнесом, предоставляя соответствующий класс услуги. Для всех гостиниц среднего и высокого класса необходимо обеспечивать бесперебойное горячее и холодное водоснабжение, работу лифтов, освещение. Если данные сервисы отсутствуют, класс гостиницы снижается».

«Гостиница - это особый организм, который работает 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году. Поэтому важно, чтобы все службы отеля могли бесперебойно функционировать. В «Шератон Палас отеле», например, инженерные службы, прачечная, химчистка, обслуживание в номерах, связь, пекарня работают целые сутки. Клиенты 5-звездочных отелей ожидают соответствующий классу гостиницы уровень сервиса, и сотрудники гостиницы не имеет права эти ожидания не оправдать.

Кроме того, специалисты напоминают, что в ресторанах, конференц-залах, фитнес-центре отеля совмещаются различные потоки: гости отеля и посетители «с улицы». Соответственно, необходимо обеспечить свободный доступ всех клиентов во все общественные помещения так, чтобы работа службы безопасности быта незаметной, но вместе с тем эффективной.

Есть еще одна модель управления, применяемая только в гостиницах бюджетного плана. Такие отели, как правило, экономят на всем, в том числе и на численности персонала, но в случае «наплыва» постояльцев привлекают множество сторонних компаний. Эта практикуется на Западе, но в России такая схема управления не нашла своего применения, поскольку управляющий оператор вряд ли будет приглашать сторонние компании, которые могут не отвечать его требованиям.

Если отель интегрирован в многофункциональный комплекс, инженерное обеспечение может осуществляться инженерной службой всего здания (выделенной в отдельную эксплуатационную компанию). Для обеспечения гостиничной части здания инженерными услугами, владелец отеля или оператор по поручению собственника могут заключить соответствующие договоры - о снабжении коммунальными услугами, о техническом обслуживании (ремонт инженерной инфраструктуры, лифтовое хозяйство и т. д.) - с профильными организациями. То есть это договор так называемого аутсорсинга, что более распространено в зарубежных отелях. Также возможен договор обслуживания с компанией - поставщиком оборудования. Для предоставления текущего инженерного и ремонтного

обслуживания в отеле существует инженерная служба - специалисты по электрике, сантехнике, малярным и плотницким работам. Нельзя забывать о том, что дежурный техник вступает в непосредственный контакт с гостем, в номере которого произошла поломка или требуется наладка какого-либо оборудования. В таких случаях предпочтительнее допускать до работ штатных сотрудников обученных и ознакомленных с правилами общения с постояльцами.

Будущие собственники гостиничной недвижимости нередко задаются вопросом - а кто именно должен управлять отелем?

Оказывается, вариативность ответов может удовлетворить любого владельца. В первую очередь управлять отелем может структура, созданная компанией-собственником. Для этого собственник создает юридическое лицо - ООО, ЗАО, которое нанимает персонал и занимается всеми вопросами, связанными с эксплуатацией здания отеля и ведением гостиничного бизнеса. Как правило, к такому способу прибегают небольшие, частные гостиницы, в основном расположенные в провинции».

Второй способ - это управление по франшизе.

В этом случае отель использует стандарты известного бренда, но осуществляет управление самостоятельно.

Третий способ управления - это прямой контракт. Как показывает многолетний опыт, этот способ управления является оптимальным для отелей 4 и 5 «звезд», так как международные корпорации обладают огромным опытом, стратегиями, технологиями, стандартами, которые разрабатывались с учетом работы с клиентами на различных рынках. И, наконец, о четвертом варианте гостиничного менеджмента. Услуга управления часто идет в паре с покупкой торговой марки, но последняя не является обязательным условием. Есть объекты, которые управляются одной структурой, а имеют марку другой (это три гостиницы Marriott в Москве, все отели под маркой «Холидей Инн).

В настоящее время в России наиболее распространены контракты на прямое управление в сегменте 5 «звезд», ведь именно в таких отелях клиенты предъявляют наиболее высокие требования к качеству услуг, и цены очень высоки. Доля франшиз даже в этом сегменте небольшая. Среди 4-звездочных отелей встречается как прямое управление, которое наиболее распространено в регионах, так и прямые договоры. Следует отметить, что контрактное управление отелями 4 «звезды» более эффективно, чем управление собственными структурами в этом сегменте.

Чем ниже уровень гостиниц, тем реже встречаются контракты на прямое управление. Привлекательным моментом для собственников является тот факт, что практически все операторы предлагают подключение гостиницы к централизованным маркетинговым программам, глобальным системам бронирования, некоторые из этих GDS (global distribution systems) поддерживаются авиаперевозчиками. Но, как отмечают в компании «Отель Технологии», их влияние на загрузку отеля не стоит переоценивать. Практика показывает, что 80, а то и более процентов загрузки отеля являются результатом действий его менеджмента на локальном рынке.

Между тем специалисты рынка не пришли к единому мнению о том, какое управление является более привлекательным и конкурентоспособным. Лучшие результаты показывают гостиницы, управляемые международными операторами, особенно на рынках, где имеется достаточная конкуренция. Например, в Санкт-Петербурге все участники рынка отмечают, что гостиницы, управляемые известными операторами, лучше адаптируются к рынку, чем их независимые коллеги. Основные объекты, привлекающие профессиональных управленцев (международных операторов), позиционируются в сегменте 4-5 «звезд» и на стыке верхнего и среднего сегментов («Холидей Инн», «Парк Инн», «Бест Вестерн»). В будущем предполагается расширять и средний сегмент за счет марок «Ибис», «Дейз Инн» и пр.». На рынке гостиниц еще не сформировался портрет российского управляющего оператора. Если владельцу здания небезразлична дальнейшая судьба отеля, ему невыгодно приглашать

малоизвестного оператора. По экономическим показаниям, конечно же, наиболее привлекателен вариант управления отелем известного бренда.

А вот в компании «Отель Технологии» считают, что первенство международных операторов стереотип. В 90-х годах на российском рынке, и в первую очередь на рынке Москвы, были заключены контракты на прямое управление. И в результате большинство современных отелей находятся под управлением иностранных операторов, которые одновременно предоставляют и право использования своей торговой марки по лицензионному соглашению. Во многом благодаря именно этому у инвесторов и застройщиков сложился стереотип, что оператор может быть только иностранным, и только при этом условии отель будет работать эффективно, предоставляя сервис на соответствующем уровне». Отчасти это утверждение соответствует действительности, так как опять-таки в России в течение десятилетий культура гостеприимства, управления гостиничной услугой вообще не признавалась, говорят в компании «Отель Технологии». И поэтому правообладатели торговых марок (редко доверяют) просто не могут доверить управление гостиничным объектом под своим именем какой-либо компании, не имеющей соответствующего опыта. В последнее время ситуация начала меняться. Первым примером является компания «Моспромстрой Отель Менеджмент», которая управляет двумя отелями марки Holiday Inn в Москве на Лесной улице и на Сущевском Валу.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Классификация документов предприятия индустрии гостеприимства и их характеристика.
2. Характеристика документооборота, сопровождающего взаимоотношения между гостиницей и туристом
3. Переговоры в гостиничном бизнесе
4. Формы ведения переговоров
5. Понятие управления.
6. Основные методы и стили управления.
7. Виды управления гостиницей.
8. Особенности управления гостиничными цепями.
9. Основные технологии управления транснациональными гостиничными цепями.
10. Трудовые ресурсы в управлении ТГЦ.
11. Финансовые ресурсы в управлении ТГЦ.
12. Информационные ресурсы в управлении ТГЦ.
13. Корпоративная культура как элемент управения в ТГЦ.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПОДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

DIGITAL SKILLS В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация –педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Инновационные технологии гостиничного сервиса	
Тема 1.1. Мировые компьютерные системы бронирования	Предпосылки появления глобальных систем бронирования. Особенности развития глобальных систем бронирования. Бронирование и резервирование. Причины появления компьютерной автоматизации бронирования.
Тема 1.2. Автоматизированные системы управления гостиничным хозяйством	Информация, информатизация, информационные процессы, информационная система, информационные ресурсы. Требования к автоматизированной системе управления гостиницей. Возможности и характеристики автоматизированных систем управления гостиничным предприятием. Технические средства службы приема и размещения. Функции оборудования службы приема и размещения. POS-терминалы
РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия	
Тема 2.1. Маркетинговые концепции в гостинице	Производственная концепция. Продуктовая концепция. Сбытовая концепция. Концепция традиционного маркетинга. Социально-этическая концепция
Тема 2.2. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия	Веб-аналитика. Программное обеспечение CRM. Маркетинг по электронной почте. SEO. Социальные сети. Контент-маркетинг. Платная реклама. Ремаркетинг. Система управления контентом
РАЗДЕЛ 3. Цифровые технологии в гостиничной и ресторанной деятельности	
Тема 3.1. Цифровые технологии в ресторане	Задачи автоматизации. Скорость и качество обслуживания гостей. Формализация процесса взаимодействия между персоналом.

Тема 3.2. Цифровые технологии в гостинице	Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Amadeus Front Office»: функциональные характеристики и основное назначение. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться вразличных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика)– метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Инновационные технологии гостиничного сервиса

Тема 1.1. Мировые компьютерные системы бронирования

Вопросы для самоподготовки:

1. Информация, информатизация, информационные процессы, информационная система, информационные ресурсы.

2. Требования к автоматизированной системе управления гостиницей.
3. Возможности и характеристики автоматизированных систем управления гостиничным предприятием..

Тема 1.2 Автоматизированные системы управления гостиничным хозяйством

Вопросы для самоподготовки:
1. Технические средства службы приема и размещения.
2. Функции оборудования службы приема и размещения.
3. POS-терминалы.

РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия

Тема 2.1. Маркетинговые концепции в гостинице

Вопросы для самоподготовки:

1. Веб-аналитика
2. Программное обеспечение CRM
3. Маркетинг по электронной почте
4. SEO

.

Тема 2.2 Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия

Вопросы для самоподготовки:
1. Социальные сети
2. Контент-маркетинг
3. Платная реклама
4. Ремаркетинг
5. Система управления контентом

РАЗДЕЛ 3. Цифровые технологии в гостиничной и ресторанной деятельности

Тема 3.1 Цифровые технологии в ресторане

Вопросы для самоподготовки:
1. Выставки и классификация выставочных мероприятий.
2. Особенности и назначение рекламы.
3. Рациональная и эмоциональная реклама.
4. Особенности и назначение PR акций и компаний.

Тема 3.2 Цифровые технологии в гостинице

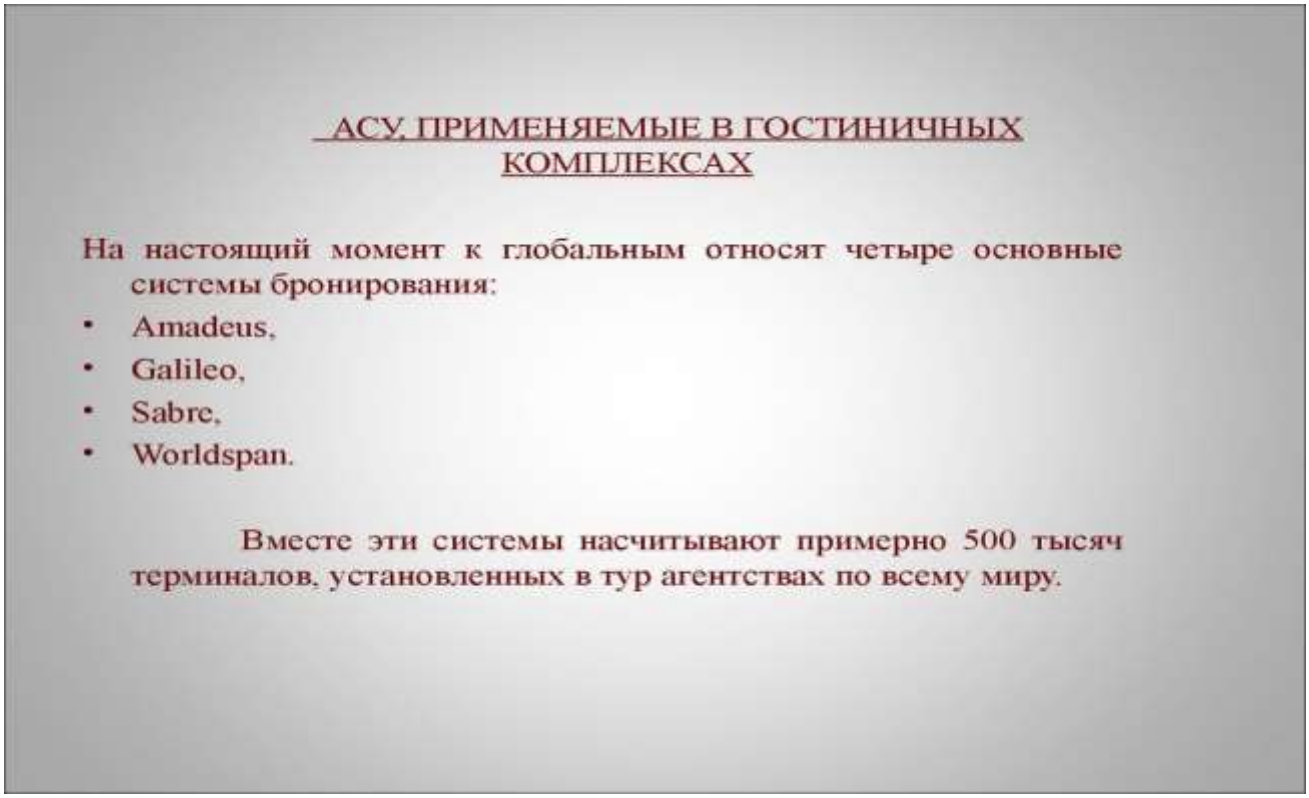
Вопросы для самоподготовки:

1. Функционирование российской поисковой системы по туризму «ТурПоиск – Новости».
2. Функционирование системы TripAdvisor
3. Разновидности технологии и методов продаж, виды взаиморасчетов.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Инновационные технологии гостиничного сервиса

Тема 1.1. Мировые компьютерные системы бронирования



Тема 1.2 Автоматизированные системы управления гостиничным хозяйством

РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия

Тема 2.1. Маркетинговые концепции в гостинице

Тема 2.2 Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия

РАЗДЕЛ 3. Цифровые технологии в гостиничной и ресторанной деятельности

Тема 3.1 Цифровые технологии в ресторане

Тема 3.2 Цифровые технологии в гостинице

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСАМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и

систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя

вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает

любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – **Digital Skills в индустрии гостеприимства**

2. РАЗДЕЛ 1. Инновационные технологии гостиничного сервиса / Мировые компьютерные системы бронирования

3. Цель занятия. Изучить Мировые компьютерные системы бронирования.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предпосылки появления глобальных систем бронирования. Особенности развития глобальных систем бронирования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Бронирование и резервирование. Причины появления компьютерной автоматизации бронирования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Развитие сотовой связи и интернет-среды, появление ПК, мобильных и даже нательных гаджетов и возможность использования их в коммерческой деятельности начинают диктовать рынку новые правила. Как сказал Михаил Умаров, управляющий партнер агентства интегрированных коммуникаций Communica и руководитель рабочей группы АКОС по Digital Communications: "Digital - больше не тенденция, это данность во всех своих проявлениях

1. Тема лекционного занятия «Бронирование и резервирование. Причины появления компьютерной автоматизации бронирования.

Текст лекции.

В сфере туризма и гостиничного бизнеса широко внедряются информационные технологии (ИТ), чтобы сократить расходы и издержки, повысить эффективность работы, и самое главное, чтобы улучшить качество услуг и обслуживания клиентов. И российские исследователи, в первую очередь, под применением информационных технологий подразумевается продвижение рынка туристических услуг в интернете. Дрягалов В.С., Топчиев М.С. Влияние информационного общества на развитие туризма. Изначально, туристические организации стали предлагать своим клиентам приобретение туров через компьютерные системы бронирования, потому что они предоставляли возможность автоматической брони билетов и гостиниц по всему миру. На данный момент большая часть мировых туристических агентств работают с подобными компьютерными системами бронирования, которые предоставляют не только услуги по авиаперелетам, но также актуальную информацию о ночевках в гостиницах, аренде автомобилей, круизных поездках, о месте пребывания, курсах валют, сообщения о

погодных условиях, автобусном и ж/д сообщениях. Можно сказать, что они стали составлять всеобщую информационную экосистему, предлагающую распределительные сети для всей туристической торговли. Крупнейшими внутренними компьютерными системами бронирования и резервирования на международном рынке туризма являются такие системы, как "AMADEUS", "Worldsplan", "Galileo" и "Sabre". Все 4 упомянутые системы относятся к, так называемым, глобальным дистрибьюторским системам (GDS) или глобальным системам бронирования и используются более чем 800 тысячами турагентств по всему миру.
В противовес GDS в начале 90-х годов появились системы IDS или ADS - интернет системы бронирования или альтернативные дистрибьюторские системы. Данные системы позволяют обычным пользователям и частным лицам самим забронировать тур, гостиницу, транспорт онлайн в режиме реального времени. Их отличает удобный и понятный интерфейс, зачастую использование алгоритмов принятия решений и внедрение инструментов диджитал-коммуникации. Примеры таких ADS - сайты Booking.com, Ostrovok.ru, Hotels.com и многие другие.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Информационные технологии. Классификация
2. Крупнейшие внутренние компьютерные системы бронирования и резервирования.
3. Система IDS. Система ADS

1. Учебная дисциплина - **Digital Skills в индустрии гостеприимства**

2. РАЗДЕЛ 1. Инновационные технологии гостиничного сервиса / Автоматизированные системы управления гостиничным хозяйством

3. Цель занятия. Изучить АСУ в гостинице.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Информация, информатизация, информационные процессы, информационная система, информационные ресурсы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Требования к автоматизированной системе управления гостиницей. Возможности и характеристики автоматизированных систем управления гостиничным предприятием.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Развитие сотовой связи и интернет-среды, появление ПК, мобильных и даже нательных гаджетов и возможность использования их в коммерческой деятельности начинают диктовать рынку новые правила. Как сказал Михаил Умаров, управляющий партнер агентства интегрированных коммуникаций Communica и руководитель рабочей группы АКОС по Digital Communications: "Digital - больше не тенденция, это данность во всех своих проявлениях

1. Тема лекционного занятия «Организация деятельности в индустрии гостеприимства».

Текст лекции.

Централизованная Система Продаж (CRS) позволяет хранить всю информацию о наличии свободных номеров в отеле, ценах на них в одном месте - в так называемом цифровом "личном кабинете" гостиницы. Именно отсюда отель может управлять продажами через все каналы, используя простую единую точку доступа.
Учет и ведение хозяйственной деятельности ресторана сегодня в большинстве случаев доверено электронным POS-системам автоматизации и управления. Они позволяют менеджменту автоматизировано управлять основными функциями заведения. Самой популярной системой в данной отрасли является R-Keeper, ей пользуются около 80% ресторанов и кафе России
В настоящее время все большее число экспертов отрасли склоняются к необходимости внедрения персонализированного подхода к коммуникации с гостями и пользователями, который способны обеспечить CRM - (CustomerRelationManagement) - системы. Такие системы способствуют получению максимальной персональной информации о клиенте в момент прямой коммуникации с ним. Собираемая и обрабатываемая информация о клиенте (например, история его поездок, средний бюджет, пожелания и потребности), используется для того, чтобы наиболее точно адресовать ему сообщение и предложение, направленное на формирование у него лояльности. Лидерами на рынке CRM-систем являются компании Oracle, Siebel, Salesforce. По словам Е.В. Сорокиной и В.В. Романова, для эффективного продвижения услуг в условиях конкуренции потребительского общества необходима новая стратегия. В данной стратегии главным элементом является ориентация на клиентов и необходимость построить свою деятельность исходя из их нужд, желаний и потребностей, обращаться к каждому посетителю напрямую и индивидуально. В данной работе мною используются данные, полученные в результате работы над курсовой работой "Эффективное использование средств digital-коммуникации в ресторанном бизнесе (на примере сети "Maison Dellos")", выполненной под руководством Даниловой Е.Е., защищенной в 2015 году на 3 курсе. На Всемирном экономическом форуме (WEF) в швейцарском Давосе компания InterContinental Hotels Group (IHG) представила свое исследование тенденций рынка в 2016 году "Трансформация программ лояльности в эпоху растущей персонализации". Авторы исследования рекомендуют брендам выстроить взаимоотношения с клиентами таким образом, чтобы сформировать "сообщество участников программы лояльности". Именно они становятся важнейшим активом для любого бренда в текущих условиях стремительного изменения потребительских предпочтений.

Индустрия туризма является одним из ярких примеров внедрения, развития и активного использования электронной коммерции в мире. Путешественники с разными пожеланиями и уровнем дохода получают возможность выбирать, бронировать и оплачивать билеты, номера в отелях в любых городах мира с помощь

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Информационные технологии. Классификация
2. Крупнейшие внутренние компьютерные системы бронирования и резервирования.
3. Система IDS. Система ADS.

1. Учебная дисциплина - **Digital Skills в индустрии гостеприимства**

2. **РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия** /Тема 2.1 **Маркетинговые концепции в гостинице**

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Производственная концепция. Продуктовая концепция.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Сбытовая концепция. Концепция традиционного маркетинга	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение. Появление мультимедийных технологий нашло быстрое применение и в области социально-культурного сервиса и туризма. Основная особенность мультимедийного компьютера – это наличие дополнительных устройств, таких, как CD-ROM-накопители, звуковая карта, колонки, 3D-ускоритель и др. В настоящее время большинство представленных на рынке компьютеров являются мультимедийными и указанные устройства входят в стандартную комплектацию

1. Тема лекционного занятия «Маркетинговые концепции в гостинице».

Текст лекции.

. Мультимедийная технология предоставляет возможность работы со звуковыми и видеофайлами, что открывает новые направления использования компьютерной техники в области социально-культурного сервиса и туризма, в частности разработку виртуальных экскурсий по музеям и путешествий.

Виртуальные экскурсии и путешествия – это презентации, которые позволяют зрителям осмотреть основные интересующие их объекты (музеи, достопримечательности) еще до реального их посещения. Это могут быть произвольно движущиеся панорамы объектов любого размера (экспонаты музеев и картинных галерей, помещения отелей, улицы и здания городов, аллеи парков, виды с высоты птичьего полета и т.д.). Панорамы соединены между собой имитированными продольными передвижениями внутри объекта таким образом, что создается иллюзия реального движения вдоль и внутри объекта с возможностью остановки для кругового осмотра в наиболее интересных местах. Зритель может произвольно менять направления движения, использовать функцию увеличения изображения, перемещаться вперед и назад, вправо и влево. Имеется возможность озвучивания презентации, встраивание в нее пояснительных надписей, интеграции в виртуальное путешествие географических карт и планов помещений с возможностью ориентации по сторонам света. бычно мультимедийные каталоги не содержат часто меняющуюся информацию, например данные о ценах, и функциональные возможности CD-справочников существенно меньше, чем справочников специализированных Интернет-серверов. Тем не менее CD-справочники пользуются популярностью по ряду причин:

- они являются наиболее удобным средством получения информации, если пользователь не имеет доступа в Интернет;
- CD-диски позволяют получать справочную информацию зачастую гораздо быстрее, чем обеспечивается поиск аналогичных данных в Интернете;
- одним CD-диском, как сетевым ресурсом в локальной сети, могут одновременно пользоваться несколько пользователей-менеджеров турфирм;
- CD-диски легко переносятся с одного компьютера на другой, и ими удобно пользоваться как на презентациях, так и на других рекламных мероприятиях;
- CD-диски представляют собой идеальный рекламно-информационный материал, рассылаемый партнерам и клиентам.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Основные сведения по мультимедийным технологиям
2. Причины популярности CD-справочников
3. Наиболее известные электронные каталоги.

1. Учебная дисциплина - **Digital Skills в индустрии гостеприимства**

2. **РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия** /Тема 2.2 **Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия**

3. Цель занятия. Изучить маркетинговые технологии в индустрии туризма и гостеприимства.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Веб-аналитика. Программное обеспечение CRM.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Маркетинг по электронной почте. SEO. Социальные сети. .	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Интернет – это глобальная компьютерная сеть, позволяющая пользователям всего мира обмениваться информацией и совместно пользоваться компьютерными ресурсами. Она является мощной информационно-технологической системой в мире. Интернет – это не одна компьютерная сеть, а десятки тысяч локальных и глобальных национальных сетей, соединенных между собой.

Тема лекционного занятия «Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия».

Текст лекции.

Направления развития Интернета определяет «Общество Интернет» (Internet Society) – организация во главе с Советом старейшин, состоящая из специалистов, работающих на общественных началах. Прототипом сети Интернет принято считать компьютерную сеть Министерства обороны США ARPAnet. К началу 90-х гг. XX в. были созданы специальные навигационные программы-проводники, позволяющие конечному пользователю работать и отыскивать информацию в сети достаточно просто.

Сеть Интернет развивается стремительно: ежегодно число ее подписчиков и объем информационных ресурсов практически удваиваются. На сегодняшний день Интернетом пользуются более 40 млн чел. в более чем 100 странах мира на всех континентах земного шара. Число пользователей сети удваивается каждые 10 месяцев; каждую секунду по сети передвигается свыше 4 тыс. электронных сообщений. В настоящее время количество

пользователей Интернета в России составляет более 1,7 млн чел., из них в Москве насчитывается около полумиллиона пользователей.
Начало использования Интернета в России в сфере туризма относится к 1995 г., когда стали появляться первые сайты туристов с описанием путешествий и отчетами по горным, водным и прочим походам. Одним из первых появился сайт нижегородской туристской фирмы «Команда Горький» (http://www.teamgorky.ru), занимающейся приключенческим туризмом. Весной 1996 г. появился туристский сервер «100 дорог», который в настоящее время является одним из самых популярных. Среди крупных туристких фирм одной из первых создала свой сайт корпорация «Академсервис» (www.acase.ru). В 1997-1998 гг. появилось уже много сайтов, посвященных туризму.
В настоящее время Интернет стал неотъемлемой частью развития российского туризма. Однако многие фирмы продолжают обходиться без этой новой технологии и потому не могут оценить преимущества, которые предоставляет Интернет для турфирмы. Интернет позволяет снизить издержки на телефонную связь, обеспечивает быструю передачу информации, предоставляет принципиально новые пути проведения рекламных компаний.
Возможности глобальной компьютерной сети для работников туристского бизнеса поистине безграничны. Уже в 1996 г. в Интернете было около тысячи самостоятельных разделов: туристских фирм, отелей, авиакомпаний, десятки систем бронирования туристских услуг. По мнению экспертов, к концу 2001 г. с помощью Интернета будет продано услуг на сумму около 160 млрд. долл.
Использование Интернета в сфере социально-культурного сервиса и туризма включает множество направлений:

- получение доступа к использованию современных систем коммуникации, в том числе электронной почты, цифровой телефонной связи и т.д., что существенно снижает затраты туристских предприятий на ведение переговоров, деловой переписки, direct mail и пр.;
- получение различных справочных данных, в частности по странам, тарифам, ценам, прогноз погоды в различных точках мира и т.д. в режиме реального времени, что способствует формированию качественного турпродукта;
- получение доступа к глобальным системам бронирования и резервирования;
- возможность формирования новых маркетинговых каналов продвижения туристских услуг, в частности создание собственных сайтов фирм, виртуальных туристских офисов, электронная коммерция и др.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие GDS
2. Наиболее известные системы резервирования
3. Цели CRS

1. Учебная дисциплина - **Digital Skills в индустрии гостеприимства**

2. РАЗДЕЛ 3. **Цифровые технологии в гостиничной и ресторанной деятельности / Цифровые технологии в ресторане**

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Задачи автоматизации. Скорость и качество обслуживания гостей. Формализация процесса взаимодействия между	Опрос, оценка знаний студентов

	персоналом. Основные оперативные методы. Минимизация потерь в баре. Финансовая подсистема.	
2	Основные оперативные методы. Минимизация потерь в баре. Финансовая подсистема	Опрос, оценка знаний студентов

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией
   Введение.

Гостиничный сервис – ведущая отрасль сферы обслуживания. Современное состояние рынка гостиничных услуг характеризуется высоким уровнем конкуренции, разнообразием видов предоставляемых основных и дополнительных услуг, повышением уровня обслуживания. С точки зрения организации и управления гостиничные комплексы представляют собой сложные системы, которые состоят из различных взаимосвязанных служб.

Тема лекционного занятия «Цифровые технологии в ресторане**».**
Текст лекции.

Понятие и состав трудовых ресурсов

Служба управления номерным фондом осуществляет основные бизнес-процессы по приему и обслуживанию гостей, и во многом именно она определяет качество предоставляемых услуг. С этой точки зрения эта служба является одним из основных объектов, в первую очередь подлежащих автоматизации. В состав этого подразделения входят работники службы приема и размещения (front-office), персонал по обслуживанию номерного фонда (housekeeping), объединенная сервисная служба, включая швейцаров, посыльных, носильщиков, водителей автомобилей, службу безопасности и др.
К основным функциям службы относятся:

- бронирование номеров;
- прием, регистрация и размещение гостей;
- прием оплаты за предоставленные услуги и оформление необходимой документации при выезде гостей;
- оказание разнообразных бытовых услуг гостям;
- поддержание санитарно-гигиенического состояния номеров.

Административная служба осуществляет основные бизнес-процессы, связанные с управлением гостиничным комплексом в целом, координацией деятельности всех служб отеля, решением финансовых вопросов и кадрового обеспечения, контрольные функции и т.п. Обычно в состав этой службы входят директор и топ-менеджеры отеля, бухгалтерия, финансовая служба, отдел кадров и др. С точки зрения информационных процессов эта служба представляет собой то ядро, которое должно объединять информационно воедино все службы отеля. Работники этого блока, как правило, имеют наиболее полные права доступа ко всей информации, функционирующей в системе управления отелем.
Коммерческая служба обычно представлена отделами маркетинга и рекламы, которые выполняют задачи, связанные с исследованием рынка, конкурентов, выявлением потребностей постоянных и потенциальных гостей, разработкой и реализацией рекламных компаний, мероприятиями по связям с общественностью и т.п. Основная цель службы – продвижение существующего гостиничного продукта, а также выработка предложений по созданию новых видов услуг, которые с высокой степенью вероятности будут востребованы на рынке. С информационной точки зрения основной блок необходимой для работы информации предоставляется службой приема и размещения. Именно на базе этих данных проводятся маркетинговые исследования.
В службу питания входят рестораны, бары, предприятия быстрого питания, кафе, буфеты и т.п. Эта служба предоставляет одну из основных услуг – приготовление и реализацию пищи, которая входит в состав комплексного гостиничного продукта. В структуре гостиничного предприятия это одна из важнейших служб, непосредственно осуществляющая обслуживание

гостей. Информационно служба питания является относительно самостоятельной структурой, но тем не менее связана со службой приема и размещения, так как планирование и прогнозирование объемов продаж непосредственно зависит от числа гостей.
Инженерно-технические службы занимаются обслуживанием систем тепло- и водоснабжения, кондиционирования, электротехнических устройств, систем связи и телевещания и т.п. С точки зрения управления этой подсистемой основное внимание должно уделяться автоматизации управления технологическими процессами. Информационно эта служба должна быть связана со службой управления номерным фондом, откуда обычно поступает информация о возникших технических неисправностях в номерном фонде.
Вспомогательные службы предоставляют дополнительные платные услуги. Сюда могут быть отнесены парикмахерские, сауны, солярии, спортзалы, бассейны и т.п. Эти службы информационно связаны со службой приема и размещения, куда поступает информация о полученных дополнительных услугах, стоимость которых учитывается при оформлении счета гостя.
Организовать работу гостиничного комплекса с максимальной эффективностью и в соответствии с современными мировыми требованиями можно только с использованием современных компьютерных технологий. Вопрос комплексной автоматизации процессов бронирования, регистрации и размещения гостей, расчетов с ними, агентами, туроператорами является весьма актуальным для российских гостиниц. Автоматизацией управления гостиничными комплексами занимались еще несколько десятилетий назад в эпоху создания первых автоматизированных систем управления предприятиями. Тогда преимущественно осуществлялась разработка индивидуальных информационных систем на заказ для конкретной гостиницы. Такого рода подход практикуется и сейчас, но он не является перспективным, так как создавать заказные системы стало экономически невыгодно. Кроме этого, к настоящему времени разработано достаточно много различных систем управления гостиничными комплексами как зарубежных, так и отечественных, среди которых можно выбрать наиболее подходящую. При необходимости всегда можно сделать дополнительные доработки с учетом особенностей функционирования конкретной гостиницы.
Многие представленные на рынке программные продукты в области автоматизации гостиничного бизнеса хорошо зарекомендовали себя на практике, постоянно совершенствуются и обновляются фирмами-разработчиками в соответствии с потребностями пользователей. Во многих программных продуктах на этапе их инсталляции осуществляется настройка параметров на нужды конкретной гостиницы. Кроме того, фирмы-разработчики осуществляют сопровождение своих программных продуктов и обучение пользователей, как правило, на их рабочих местах в режиме реального функционирования системы. Все это способствует широкому внедрению типовых программных продуктов в области гостиничного бизнеса.

Среди зарубежных информационных гостиничных систем наиболее известной является система Fidelio, а также Lodging Touch.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Общая характеристика гостиничного комплекса
2. Функции службы управления номерным фондом
3. Основные функции системы Fidelio FO
4. Основные критерии анализа систем управления гостиничным комплексом

1. Учебная дисциплина - **Digital Skills в индустрии гостеприимства**

2. РАЗДЕЛ 3. **Цифровые технологии в гостиничной и ресторанной деятельности / Цифровые технологии в гостинице**

3. Цель занятия. Изучить Цифровые технологии в гостинице.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Amadeus Front Office»: функциональные характеристики и основное назначение.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Fidelio Front Office», «Fidelio food & Beverage», «Fidelio eng.»: функциональные характеристики и основное назначение.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией
   Введение.

Система бронирования «AMADEUS» была основана в 1987 г. тремя крупными европейскими авиакомпаниями «Air France», «Iberia» и «Lufthansa», а также 25 более мелкими авиакомпаниями.

Тема лекционного занятия «Цифровые технологии в гостинице».

Текст лекции.

Основана в 1987 году. Штаб-квартира компании находится в Мадриде(Испания). Главный процессинговый центр — вЭрдинге(Германия), является одним из крупнейших в мире центров баз данных гражданского назначения, специализирующихся на туризме. Ежедневно в Центре осуществляется более 480 миллионов транзакций и обрабатывается более 3 миллионов бронирований.

Будучи в начале своего развития преимущественно европейской системой бронирования, несколько лет назад «AMADEUS» совершила своеобразный прорыв на аме-риканский рынок, приобретя компьютерную систему бронирования «System One».

Помимо Европы «AMADEUS» занимает лидирующее положение в Южной Америке и в настоящее время пытается завоевать позиции в Юго-Восточной Азии.

Система «AMADEUS» присутствует на российском рынке с 1994 г. и имеет свои представительства в ряде крупных городов России. В России к системе подключено более 2000 терминалов, установленных в офисах 800 турфирм в Москве, Санкт-Петербурге и в 70 региональных центрах. По итогам 2003 г. объем бронирований через «AMADEUS» увеличился в России на 10% (1,371 млрд. сегментов против-1,244 млрд. в 2002 г.).

При этом бронирование авиасегментов выросло на 5%, автомобильных — на 15%, а гостиничных — на 150%. В настоящее время тенденция сохраняется.

В системе «AMADEUS» представлены ресурсы провайдеров «АВИА», «ОТЕЛИ», «АВТОМОБИЛИ», «СТРАХОВАНИЕ».

Компьютерная система обеспечивает доступ к бронированию авиабилетов, гостиниц,круизныхтуров, прокату автомобилей для более чем 104 тыс.туристических агентств. Системой также пользуются свыше 36 тыс. представительств различныхавиакомпанийдля бронирования и продажи билетов, а также 134 авиакомпании — для хранения и управления ресурсами (расписанием, рейсами, тарифами). В системе содержится информация о 95 % мест на регулярных рейсах авиакомпаний всего мира.

Система обеспечивает доступ к информации о рейсах и наличии билетов 784 авиакомпаний, к бронированию авиабилетов 488 авиакомпаний, бронированию номеров в 85 715 гостиницах, прокату автомобилей 26 компаний и бронированию круизов 20 компаний во всём мире.

95 лидирующих авиакомпаний мира применяют технологии Amadeus для продажи билетов онлайн на 250 веб-сайтах в более чем 110 странах. В среднем в месяц число уникальных посетителей на этих ресурсах превышает 110 млн.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие GDS
2. Наиболее известные системы резервирования
3. Цели CRS

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – **Digital Skills в индустрии гостеприимства**

2. **РАЗДЕЛ 1. Инновационные технологии гостиничного сервиса**
Тема 1.1. Мировые компьютерные системы бронирования
Тема 1.2 Автоматизированные системы управления гостиничным хозяйством

3. Цели занятия.

Изучение: Предпосылки появления глобальных систем бронирования. Особенности развития глобальных систем бронирования. Бронирование и резервирование. Причины появления компьютерной автоматизации бронирования.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предпосылки появления глобальных систем бронирования. Особенности развития глобальных систем бронирования. Бронирование и резервирование. Причины появления компьютерной автоматизации бронирования.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Информация, информатизация, информационные процессы, информационная система, информационные ресурсы.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия – **Инновационные технологии гостиничного сервиса**

Тема практического занятия: Мировые компьютерные системы бронирования

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Автоматизированные системы бронирования.
2. История компьютерных систем бронирования.
3. Появление CRS, GDS и IDS.
4. Глобальные системы бронирования: «Amadeus», «Sabre», «Galileo», «Worldspan»: характеристики и предлагаемые возможности.
5. Российские системы бронирования: история появление, функциональные возможности и характеристики («Сирена 1,2,3»; «Сирена 2.3.», «Сирена 2000», «Сирена-Трэвел»).
6. Российские системы бронирования на железнодорожном транспорте: история создания, функции и возможности.

7. Принципы выбора автоматизированной системы для управления гостиничным предприятием..

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Информация, информатизация, информационные процессы, информационная система, информационные ресурсы.
2. Требования к автоматизированной системе управления гостиницей.
3. Возможности и характеристики автоматизированных систем управления гостиничным предприятием.
4. Технические средства службы приема и размещения.
5. Функции оборудования службы приема и размещения.
6. POS-терминалы.

1. Учебная дисциплина – **Digital Skills в индустрии гостеприимства**

2. **РАЗДЕЛ 2. Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия**

Тема 2.1. Маркетинговые концепции в гостинице

Тема 2.2 Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия

3. Цели занятия.

Изучение маркетинговых концепций.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Производственная концепция. Продуктовая концепция. Сбытовая концепция. Концепция традиционного маркетинга.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Веб-аналитика. Программное обеспечение CRM. Маркетинг по электронной почте. SEO. Социальные сети. Контент-маркетинг. Платная реклама. Ремаркетинг. Система управления контентом	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия – **Маркетинговые технологии в деятельности гостиничного предприятия**

Тема практического занятия: Маркетинговые концепции в гостинице

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Выставки и классификация выставочных мероприятий.
2. Особенности и назначение рекламы.
3. Рациональная и эмоциональная реклама.
4. Особенности и назначение PR акций и компаний.
5. Особенности и назначение пропаганды.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Веб-аналитика

2. Программное обеспечение CRM
3. Маркетинг по электронной почте
4. SEO
5. Социальные сети
6. Контент-маркетинг
7. Платная реклама
8. Ремаркетинг

1. **РАЗДЕЛ 3. Цифровые технологии в гостиничной и ресторанной деятельности**

Тема 3.1 Цифровые технологии в ресторане

Тема 3.2 Цифровые технологии в гостинице

3. Цели занятия.

Изучение организационно-правовых форм организации деятельности сфере туризма, гостеприимства и общественного питания.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Задачи автоматизации. Скорость и качество обслуживания гостей. Формализация процесса взаимодействия между персоналом. Основные оперативные методы. Минимизация потерь в баре.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Amadeus Front Office»: функциональные характеристики и основное назначение. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием .	Опрос, оценка знаний студентов

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Характеристики Российских программных продуктов фирмы «Рексофт» для управления гостиничным предприятием: «Эдельвейс», «Реконлайн», «Барсум».
2. Характеристики Российской автоматизированной системы управления гостиничным предприятием «Отель» и «1С – Отель».
3. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Hotel-2000».
4. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Русский отель».
5. Факторы, влияющие на невозможность применения автоматизированных систем управления.
6. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Lodging Touch».
7. Информационная система управления гостиничным предприятием «KEI-Hotel».
8. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Невский портье».

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Amadeus Front Office»: функциональные характеристики и основное назначение.
2. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Fidelio Front Office», «Fidelio food & Beverage», «Fidelio eng.»: функциональные характеристики и основное назначение.
3. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Libra»: функциональные характеристики и основное назначение.
4. Автоматизированная система управления гостиничным предприятием «Opera»: функциональные характеристики и основное назначение.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ТРЕНДЫ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
«43.03.03 Гостиничное дело»

Направленность
«*Гостинично-ресторанная деятельность*»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.
- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.
- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**

РАЗДЕЛ 1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА В ГОСТЕПРИИМСТВЕ И ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ	
Тема 1.1. Маркетинг рынка гостиничных продуктов и услуг в современных условиях	Современное понимание маркетинга. Направления применения маркетинга в гостеприимстве и общественном питании. Основные понятия теории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок. Понятия 4-Р и 7-Р в гостиничном маркетинге. Концепции управления маркетингом в гостеприимстве и общественном питании. Управление спросом: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый, падающий, нерегулярный, полноценный, чрезмерный и нерациональный спрос. План маркетинга и его особенности. Стратегический план маркетинга. Тактический план маркетинга. Бюджет маркетинга. Маркетинговые стратегии. Каналы продвижения гостиничных услуг и продуктов. Маркетинговые инструменты продвижения.
Тема 1.2. Маркетинговые исследования в гостеприимстве и общественном питании	Маркетинговые исследования: цели, задачи, инструменты. Методы проведения маркетинговых исследований. Внутренние и международные маркетинговые исследования. Разработка плана исследования. Изучение конкурентов. Сегментация рынка гостиничных услуг и услуг общественного питания. Методика SWOT-анализа. Матрица McKincey-General Electric. Матрица БКГ. Обработка маркетинговой информации. Маркетинговые стратегии в гостеприимстве. Прогнозирование и планирование спроса на гостиничные услуги и продукты.
РАЗДЕЛ 2. МИРОВЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	
Тема 2.1. Мировые тренды в сфере HoReCa	Понятие тренда. Тенденция, как совокупность трендов. Сигналы. Трендвотчинг. Трендмейкинг. Драйверы и барьеры, определяющие скорость и развитие тренда. Карта трендов. Составление карты трендов. Кривая диффузии инноваций Э. Роджерса. Инноваторы. Ранние осваиватели. Раннее большинство. Позднее большинство. Запаздывающие. Понятие хайпа. Кривая хайпа. Жизненный цикл тренда. Архитектура тренда. Дикая карта. Исследования будущего (Future studies). Форсайт. Глобальные тренды в сфере HoReCa.
Тема 2.2. Национальные тренды в сфере HoReCa	Тренды в гостиничном бизнесе. Шеринг экономика и цифровые платформы. Коллаборации. Халяль сертификаты. Персонализация сервиса. Омникультурные предложения. Комфорт-фуд. Умные комнаты. Забота об экологии и здоровье гостей. Виртуальная и дополненная реальности. Высокотехнологичная уборка номеров.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие

предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических занятий:

- Деловая игра – это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры – на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) – в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) – в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки – научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия – это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников – 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА В ГОСТЕПРИИМСТВЕ И ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Тема 1.1. Маркетинг рынка гостиничных продуктов и услуг в современных условиях

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение понятию маркетинг
2. Как маркетинг влияет на выбор потребителя
3. Способны ли маркетологи сформировать спрос на услугу (обоснуйте ответ)
4. Какие маркетинговые инструменты продвижения вам известны
5. Охарактеризуйте маркетинговый консалтинг
6. Каковы особенности планирования маркетинговых мероприятий в гостиничной сфере и сфере общественного питания
7. Роль маркетинга в формировании и развитии восходящего тренда
8. Национальные особенности маркетинга в России
9. Маркетинговые войны
10. Правила составления опросных листов и анкет для целей маркетинга

Тема 1.2. Маркетинговые исследования в гостеприимстве и общественном питании

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные этапы маркетингового исследования
2. Этика маркетинговых исследований
3. Проведение маркетинговых исследований с учетом специфики российских условий
4. Виды сбора информации
5. Услуги в сфере маркетинговых исследований
6. Классификация планов маркетинговых исследований
7. Поисковое исследование
8. Понятие «выборка». Виды выборки
9. Ошибки выборки. Источники ошибок выборки: ошибки измерения, неполучение ответа при обследовании, некорректная обработка выборочных данных, случайные причины
10. Прогнозирование. Сущность прогнозирования в маркетинге

РАЗДЕЛ 2. МИРОВЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема 2.1. Мировые тренды в сфере HoReCa

Вопросы для самоподготовки:

1. Как вы понимаете лобби-коворкинги. Что они дают отелям?
2. Что такое вау-эффект?
3. Какие международные организации сферы гостеприимства вам известны.
4. Какие альтернативные средства размещения могут составить конкуренцию гостиницам и почему?
5. Глэмпинги. Карта глэмпингов. Анализ распределения по стране.
6. Контртренды – два тренда направленных навстречу друг другу. Примеры.
7. Мегатренды. Примеры.
8. Как отличить тренд от тенденции?
9. Какие тренды в питании существуют?
10. Зеленая повестка – тренд или вынужденная необходимость?

Тема 2.2. Национальные тренды в сфере HoReCa

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое карта трендов?
2. Какие преимущества дает понимание развития общих тенденций в социуме для гостиничного бизнеса?
3. Считаете ли вы, что баланс между работой и личной жизнью является одной из ведущих тем в деловом мире на протяжении последних нескольких лет? Обоснуйте ответ.
4. Существует утверждение, что Отели больше не являются просто местами для ночлега. Чем, на ваш взгляд, они считаются?
5. Гиперлокальный опыт. Как вы понимаете этот опыт и почему он в тренде?
6. Услуги виртуального консьержа: преимущества и проблемы для отелей.
7. Какие операционные процессы в гостиницах возможно оптимизировать с помощью ИИ?
8. Чем вы можете объяснить популярность модульных объектов размещения?
9. Как архитектурные решения могут привлекать или отталкивать гостей?
10. Считаете ли вы, что гостиницы длительного проживания становятся все более популярными? Обоснуйте ответ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по

личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью

отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;

2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы,

периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль) Тренды в индустрии гостеприимства.

2. Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка в гостеприимстве и общественном питании

3. Цели занятия – сформировать представление о прогнозировании и планировании направлений развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в соответствии с мировыми и национальными трендами

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Современное понимание маркетинга. Направления применения маркетинга в гостеприимстве и общественном питании. Основные понятия теории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок. Понятия 4-Р и 7-Р в гостиничном маркетинге. Концепции управления маркетингом в гостеприимстве и общественном питании. Управление спросом: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый, падающий, нерегулярный, полноценный, чрезмерный и нерациональный спрос. План маркетинга и его особенности. Стратегический план маркетинга. Тактический план маркетинга. Бюджет маркетинга. Маркетинговые стратегии. Каналы продвижения гостиничных услуг и продуктов. Маркетинговые инструменты продвижения.	Вводная лекция
2.	Маркетинговые исследования: цели, задачи, инструменты. Методы проведения маркетинговых исследований. Внутренние и международные маркетинговые исследования. Разработка плана исследования. Изучение конкурентов. Сегментация рынка гостиничных услуг и услуг общественного питания. Методика SWOT-анализа. Матрица McKincey-General Electric. Матрица БКГ. Обработка маркетинговой информации. Маркетинговые стратегии в гостеприимстве. Прогнозирование и планирование спроса на гостиничные услуги и продукты.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия: сформировать представление о прогнозировании и планировании направлений развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в соответствии с мировыми и национальными трендами

1. Тема лекционного занятия. Маркетинг рынка гостиничных продуктов и услуг в современных условиях

Текст лекции.

В общем маркетинг — это продвижение продуктов и услуг. Главные задачи маркетинга — понять, чего хотят потребители, как удовлетворить их потребности, и продать им продукт или услугу, чтобы получить прибыль.

Гостиничный маркетинг направлен на привлечение и удержание клиентов в гостиничной индустрии. Он охватывает все точки касания гостиницы с целевой аудиторией — от разработки уникального фирменного стиля до работы с обратной связью после выезда гостя.

Успешный маркетолог в гостиничном бизнесе должен анализировать, что происходит на рынке: потребности целевой аудитории, их боли, предложения конкурентов, сценарии поведения гостей, факторы спроса и многое другое. Глубокое понимание рынка — это основа успешного гостиничного маркетинга, который позволяет отелям выделяться и привлекать гостей.

Чем гостиничный маркетинг отличается от любого другого

Маркетинг может продвигать товары или услуги, и именно в этом ключевое отличие. Маркетинг товаров продает физический продукт — с этикеткой, упаковкой и правилами возврата. А вот услугу нельзя потрогать. Маркетинг услуг — это история про отношения продавца и покупателя, про абстрактные понятия: вдохновение, впечатление, комфорт.

Гостиничный маркетинг подпадает именно под категорию маркетинга услуг. Отельеры предлагают гостям не конкретную кровать, они предлагают впечатление от проживания.

Задачи маркетинга

1. Составить стратегию для отеля

2. Прогнозировать изменения на рынке и динамику спроса

3. Позиционировать бизнес

Чтобы позиционировать бизнес, то есть создать гостиничный продукт, который будут выбирать определенные люди, нужно понять свою ЦА.

ЦА, или целевая аудитория гостиницы, — это группа людей, которые являются потенциальными гостями отеля. Определение ЦА помогает маркетологу лучше понять клиентов, точнее настроить маркетинговые стратегии и эффективнее продвигать отель.

Пять способов понять свою целевую аудиторию отеля:

1. Изучить ЦА конкурентов. Так вы сможете понять, что предлагает им конкурент, но не предлагаете вы. А еще можно нацелиться на другую аудиторию, чтобы не соперничать за небольшую группу.

2. Сегментировать аудиторию. Маркетолог может разделить потенциальных гостей по возрасту, полу, доходу, профессии, интересам. Это поможет сузить круг поиска и лучше понять потребности каждой группы.

3. Анализировать данные. Статистика нужна, чтобы понять паттерны поведения. Например, если на руках статистика бронирований за прошлый год, то можно предугадать скачки и падения спроса в этом году. Анализ факторов, которые повлияли на спрос, укажет на ЦА: если скачок пришелся на ежегодный музыкальный фестиваль, значит, в это время к вам едут хипстеры. :)

4. Создать портрет клиента. Портрет нужен, чтобы понять потребности и мотивы ЦА. Зная потребности гостей, вы будете не продавать, а решать их проблемы. Например, если портрет гостя — это молодая мама Елена, которая водит машину, то ее потребность закроет загородный отель с инфраструктурой для детей. А еще этот способ поможет запускать рекламу эффективнее. Больше — в статье про портрет гостя в блоге.

5. Запустить опросы. Это, что называется, вопрос в лоб. :) Можно отправить рассылку с формой обратной связи и включить туда вопросы про самих гостей: сколько им лет, есть ли

дети, сколько раз в год путешествуют и другие. Так вы получите описание гостей, которые вас выбирают.

6. Выбрать эффективные каналы продвижения.

Инструменты гостиничного маркетинга

Это точки касания с гостем, через которые можно продвигать гостиничные услуги. Инструменты нужны, чтобы привлекать новых гостей в каждом канале коммуникации и поддерживать интерес тех, кто уже к вам приезжал. Вот основные инструменты гостиничного маркетинга:

1. Веб-сайт

Веб-сайт — это один из основных инструментов гостиничного маркетинга. Он помогает продавать услуги, номера, аренду оборудования и конференц-залов потенциальным гостям. Хорошо разработанный и информативный веб-сайт привлечет внимание пользователей и убедит их выбрать именно ваш отель для проживания.

Важно, чтобы на сайте была простая навигация, привлекательный дизайн, а информация всегда была актуальной. Сайт-конструктор от TravelLine как раз такой. Он содержит только конверсионные разделы, которые мы проверили на реальных гостях. Информацию на сайте можно редактировать самостоятельно без помощи стороннего специалиста.

2. Онлайн-бронирование

Чтобы сократить воронку продаж и избавиться от лишних шагов, нужно онлайн-бронирование. Так, когда гость захочет купить проживание в отеле, ему не нужно будет звонить, узнавать, искать, где выгоднее. Он сразу зайдет на сайт и забронирует — в любое время, с любого устройства.

Онлайн-бронирование стало неотъемлемой частью отельного маркетинга. Важно иметь удобную и безопасную систему онлайн-бронирования, которая будет показывать спецпредложения, скидки и мотиваторы для привлечения гостей.

3. Отзывы и рейтинги

Отзывы и рейтинги очень важны в гостиничном маркетинге. Потенциальные гости часто ориентируются на отзывы других гостей при выборе отеля. Положительные отзывы могут привлечь новых гостей и повысить доверие к отелю, а отрицательные покажут точки роста.

Следить за отзывами и рейтингами из разных источников и даже отвечать на них можно в одном окне. С этим поможет наш инструмент для сбора отзывов TL:#nbspReputation.

4. Соцсети

Социальные сети являются мощным инструментом для продвижения отеля и привлечения новых гостей. Отель может использовать соцсети для публикации фотографий, видео, акций, спецпредложений и другого контента, который заинтересует потенциальных гостей. Важно поддерживать активное присутствие в соцсетях, взаимодействовать с подписчиками, отвечать на комментарии и вопросы, а также использовать рекламные возможности социальных сетей для увеличения видимости отеля.

5. Рассылки

Рассылки — это эффективный инструмент для удержания существующих гостей и привлечения новых. Отель может использовать электронную почту для отправки персонализированных предложений, информации о специальных акциях, новостей и другого полезного контента своим клиентам. Рассылки помогут поддерживать связь с гостями, повышать лояльность и стимулировать повторные бронирования.

6. Реклама в интернете

Реклама в интернете позволяет отелю привлечь новых гостей. Отель может использовать контекстную рекламу, рекламу в поиске, баннерную рекламу, рекламу в социальных сетях и другие форматы для привлечения внимания потенциальных гостей. Важно разработать эффективные рекламные кампании, определить целевую аудиторию и правильно использовать рекламные кабинеты.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

2. Тема лекционного занятия. Маркетинговые исследования в гостеприимстве и общественном питании

Текст лекции.

1. Маркетинговая информационная система.

2. Виды информации. Основные способы сбора информации: наблюдение, опрос, «маркетинговая разведка», кабинетное исследование и т. д.

3. Инструментарий маркетинговых исследований.

4. Этапы проведения исследования. Оценка данных и прогнозирование.

Основной тенденцией современного гостиничного бизнеса является переход к сервисной экономике, когда производители стремятся предоставить услуги, комплексно удовлетворяющие потребности своих клиентов. При проведении предварительного анализа рынка, планировании деятельности гостиницы, разработке новой услуги возникает необходимость в самой разнообразной и достоверной информации. В условиях все возрастающей на рынке конкуренции именно информация становится одним из преимуществ гостиницы перед соперниками.

Маркетинговое исследование — систематический сбор, анализ и интерпретация информации, проводимые с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Маркетинговые исследования обеспечивают информационную базу для принятия правильных управленческих решений и позволяют выявить:

— проблемы, мешающие эффективному ведению бизнеса;

— причины возникновения проблем и эффективные пути их решения;

— рынок потенциальных потребителей услуг;

— новые услуги, в которых испытывают потребность клиенты, и т. д.

Кроме того, исследования могут предоставить широкую базу данных или информацию о существующем положении гостиницы на рынке и той нише, которую она занимает.

Маркетинговая информация — факты, сведения, слухи, оценки, численные и другие данные, необходимые для анализа и прогнозирования маркетинговой деятельности.

В настоящее время информационный поток постоянно растет и менеджеры нуждаются в большем количестве информации, к тому же эта информация должна быть качественной и достоверной. Постоянно исследуя рынок гостиничных услуг, необходимо отслеживать основные генерирующие рынки. В региональном контексте «рынком» для гостиницы может стать и небольшая фирма, регулярно принимающая деловых партнеров из других мест.

Многие гостиницы изучают потребности своих менеджеров в информации и разрабатывают маркетинговые информационные системы.

Маркетинговая информационная система (МИС) включает в себя специалистов, оборудование и процедуры, используемые для получения информации, ее обработки и своевременного представления, с целью принятия эффективных решений. Сотрудники, занимающиеся маркетинговыми исследованиями с гостиничной сфере, должны обращать внимание на то, откуда идет основной поток приезжих в регион, и по возможности стремиться устанавливать прямые контакты с направляющими их структурами, предлагая им услуги собственной гостиницы.

Хорошая маркетинговая система представляет собой компромисс между информацией, которой менеджерам гостиницы хотелось бы обладать, и действительно необходимой доступной информацией. Специалисты МИС сначала взаимодействует с менеджерами по маркетингу, оценивая потребности гостиницы в информации. Затем начинается сбор и обработка информации, поступающей из внутренних источников и получаемой при помощи «маркетинговой разведки» и маркетинговых исследований. Вся информация после соответствующего анализа направляется менеджерам по маркетингу, планирующим развитие гостиницы и составляющим маркетинговый план ее развития.

2. Как правило, гостиница сопоставляет ценность, которую информация может представлять для гостиницы, и цену, которую придется заплатить за ее приобретение. Необходимая информация может быть получена из внутренних и внешних источников.

Внутренняя информация — сведения, которые менеджеры могут получить из источников, относящихся непосредственно к гостинице.

К внутренним источникам информации в гостинице можно отнести рабочие материалы и архивы гостиницы; отчеты бухгалтерии о продажах, затратах, движениях наличности; отчеты ресторана при гостинице, информацию о количестве постояльцев, зарезервированных номеров; регистрационную книгу гостиницы и т. д.

Один из самых важных элементов в любой маркетинговой системе гостиницы — процесс использования информации о гостях, так как, учитывая и принимая во внимание эту информацию, можно создать эффективные рекламные кампании гостиницы, программы стимулирования сбыта, разработать новую услугу, составить эффективных план продаж.

Внешняя информация — данные, полученные из официальных источников, публикаций правительственных и государственных учреждений, коммерческих исследовательских организаций, ресурсов Интернета, периодических изданий и пр.

К внешним источникам информации, как правило, относят организации и фирмы, с которыми работает гостиничное предприятие. Среди них — туристические агентства, авиационные компании и другие корпоративные поставщики клиентов для гостиницы, различные общественные и профессиональные организации, аудиторские, рекламные и консультационные фирмы. Каждая гостиница должна заинтересовать организации, с которыми работает (поставщиков, турагентства), в передаче ей интересующей информации. Данные, которые необходимы гостинице, можно разделить условно на три группы:

— информация о микросреде гостиницы;

— информация об основных конкурентах;

— информация о различных новшествах.

Информацию о конкурентах можно добыть из их годовых отчетов, статей в профессиональных журналах, выступлений, пресс-релизов и т. п. Один из главных моментов в работе службы, занимающейся сбором информации о конкурентах, — четкое определение того, какие фирмы необходимо рассматривать как конкурентов.

Гостиница может, кроме всего прочего, покупать информацию на стороне, у специализирующихся на этом компаний. Существуют также готовые и оперативно доступные базы данных почти по всем аспектам необходимой маркетинговой информации.

Основные методы, используемые для получения достоверной маркетинговой информации, — наблюдение, опрос и эксперимент.

Наблюдение — метод сбора первичной информации об изучаемом объекте путем пассивной регистрации определенных процессов, действий, поступков людей, а также ситуаций.

Методом наблюдения собирается информация о действиях определенных людей в определенных ситуациях. При этом исследователь непосредственно воспринимает и регистрирует все факты, касающиеся изучаемого объекта и значимые с точки зрения целей исследования. Этот метод может быть направлен на достижение различных целей: использоваться как источник информации; служить источником проверки информации, с его помощью можно извлечь дополнительные данные об изучаемом объекте. Выделяются личное наблюдение и наблюдение с использованием технических средств.

Опрос — метод сбора первичной информации путем выяснения субъективных мнений, предпочтений, установок людей в отношении какого-либо объекта.

Опрос — лучший способ сбора информации описательного характера. Как метод маркетингового исследования он может быть структурированным и неструктурированным.

Во время структурированного опроса заранее заготовлены вопросы и варианты ответа на них, и респонденту остается только выбрать вариант ответа, наиболее точно отражающий его точку зрения. Неструктурированное интервью предполагает, что респондент будет в свободной описательной форме отвечать на подготовленные вопросы.

Главное достоинство этого метода — его универсальность, т. е. с помощью опроса можно получить информацию по самым разнообразным вопросам. Недостатком же этого метода является тот факт, что многие люди затрудняются дать ответ в связи с тем, что не задумывались раньше над поставленными вопросами.

Опрос можно проводить различными способами:

— по телефону — быстрый способ получения информации, дающий значительную гибкость при проведении исследования, так как интервьюер может пояснить вопросы, вызывающие затруднения у респондента; недостаток этого способа заключается в том, что люди неактивно идут на контакт по телефону и неохотно отвечают на вопросы личного характера;

— по почте, что имеет много преимуществ: это самый дешевый способ получения информации, он более удобен для респондентов, которые могут ответить на вопросы анкеты в свободное время; однако существенный недостаток здесь — низкий возврат данных (около 5—7 %), что делает этот способ получения информации неэффективным;

— личное интервью, которое может быть двух типов — групповое и индивидуальное; индивидуальным интервью широко пользуются, когда изучают предпочтения туриста и это — единственный способ узнать что-либо о людях, приезжающих в город на короткое время; групповое интервью обычно проводится подготовленным специалистом с группой от шести до десяти человек. Участники интервью обычно получают небольшие суммы или подарок за участие в разговоре.

Эксперимент — метод получения информации путем активного вмешательства исследователя в определенный про-цесс с целью установления взаимосвязи между событиями.

В процессе эксперимента набираются однотипные группы обследуемых, им раздаются разные задания, ведется контроль за факторами, которые влияют на результаты, и сравниваются различия в групповых реакциях.

Проведение экспериментов обычно преследует две цели:

— определить потенциальный объем продаж нового товара (услуги);

— определить эффективность применения отдельных элементов комплекса маркетинга при реализации новой услуги.

Существуют различные типы экспериментов, среди которых наиболее распространены полевые (проводятся в реальных условиях: гостинице, ресторане, магазине) и лабораторные (проводятся в искусственных условиях с целью исключения побочных факторов).

Маркетинговые исследования — целенаправленный процесс, включающий в себя следующие основные этапы:

1) определение проблемы и постановка цели исследования;

2) разработка плана исследования;

3) реализация плана исследования;

4) интерпретация и представление результатов.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

1. Дисциплина (модуль) Тренды в индустрии гостеприимства.

2. Раздел 2. Мировые и национальные тренды в индустрии гостеприимства

3. Цели занятия – сформировать представление о прогнозировании и планировании направлений развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в соответствии с мировыми и национальными трендами

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие тренда. Тенденция, как совокупность трендов. Сигналы. Трендвотчинг. Трендмейкинг. Драйверы и барьеры, определяющие скорость и развитие тренда. Карта трендов. Составление карты трендов. Кривая диффузии инноваций Э. Роджерса. Инноваторы. Ранние осваиватели. Раннее большинство. Позднее большинство. Запаздывающие. Понятие хайпа. Кривая хайпа. Жизненный цикл тренда. Архитектура тренда. Дикая карта. Исследования будущего (Future studies). Форсайт. Глобальные тренды в сфере HoReCa.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме
2.	Тренды в гостиничном бизнесе. Шеринг экономика и цифровые платформы. Коллаборации. Халяль сертификаты. Персонализация сервиса. Омникультурные предложения. Комфорт-фуд. Умные комнаты. Забота об экологии и здоровье гостей. Виртуальная и дополненная реальности. Высокотехнологичная уборка номеров.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия: сформировать представление о прогнозировании и планировании направлений развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в соответствии с мировыми и национальными трендами

1. Тема лекционного занятия. Мировые тренды в сфере HoReCa

Текст лекции.

Тренд — это про будущее, которое уже здесь

Слово «тренд» в начале XX века использовалось в экономике, математике и статистике для описания изменений направления линий на графике. В 1960–70-х годах мигрировало в культуру, моду и лайфстайл, а сейчас обживает инструментарий маркетологов и предпринимателей, которые активно ищут новые способы выделиться в высококонкурентном и неопределенном мире

Тренд — это направление изменений или развития чего-либо. Когда говорят о тренде, имеют в виду смену потребительских ожиданий и запросов или модели поведения человека

Социальные или экономические явления могут возникать под воздействием тренда, а могут выступать в качестве силы, создающей и усиливающей тренд. Часто возникает дилемма «курица или яйцо» — вопрос, что явилось первопричиной для зарождения тренда. Например современные компьютеры и технологии возникли благодаря активному инвестированию в разработки полупроводников, а оно, в свою очередь, началось из-за противостояния СССР и США и гонки вооружений

Тенденция — это совокупность трендов. Например, среди компаний есть тенденция к устойчивому развитию. К нему относят и заботу об экологии, и взаимоотношения с поставщиками

Сигналы — это явления, способные нам рассказать о зарождающемся тренде. Сигналы могут исходить от инфлюенсеров, появляться в социальных сетях и т.д.

Сигналы могут быть разного типа: например, новые продукты или сервисы, какой-то проект. Это может быть вывод из исследования о поведении человека. Например, что у людей смещаются ценности, или они стали себя по-другому вести. Таких сигналов может быть очень много во всех возможных сферах

Сигналами могут быть аномалии или «выбросы» в данных, а также нетипичное поведение у определенной группы людей. Поэтому трендвотчеры часто пристально наблюдают за субкультурами, а в маркетинговых исследованиях большое внимание уделяют подростковой аудитории.

Драйверы — самое размытое понятие в трендвотчинге, после тренда. Драйвер — какой-то значимый фактор, определяющий скорость и направление развития тренда.

Часто драйверами бывают технологии. Насколько технология зрелая, что она может и какой у нее потенциал, — все это определяет то, насколько быстро развивается тренд. Драйверы помогают развиваться тому или иному тренду. Например, это может быть положительная реакция общества, которая способствует более быстрому развитию тренда

Барьер — это значимый фактор, препятствующий развитию тренда сейчас. Они могут быть разными: например, незрелость технологий или неготовность людей, что-то, не укладывающееся в общепризнанные нормы современного мира, может стать крупным барьером и затормозить или даже остановить развитие тренда.

Драйвер может быть одновременно и барьером. Драйверы и барьеры лежат в одной плоскости и связаны обратными петлями, которые могут усиливать и гасить возникающие последствия.

Например, изменение климата — барьер для использования и наращивания привычных технологий или процессов в энергетике, производства продуктов питания (сельское хозяйство, рыбный промысел и т.п.). Появляется потенциальное возникновение голода, перебоев в энергетике. В то же время изменение климата — драйвер для поиска новых решений и технологий в энергетике — возобновляемых источников, средств накапливания и распределения. Появляются решения для минимизации грядущих или потенциальных рисков.

Обычно термин «трендмэппинг» применяют для двух ситуаций.

Составление карты трендов. С ними есть одна проблема — они статичны, но мир постоянно меняется. А суть трендвотчинга в том, чтобы ловить актуальные изменения. Получается, что карта — как «Полароид». Но карта трендов дает перспективу, общее видение.

Соотнесение трендов с какими-то вопросами, задачами или картиной мира, значимыми для того, кто делает анализ трендов, для конкретного бизнеса.

При составлении карты сначала выделяются тренды в различных отраслях, сферах, т.к. сам по себе тренд, когда он один, ни о чем особенном не говорит.

Например, выделяют все тренды в определенной отрасли, наносят их на карту и смотрят, где они пересекаются. Допустим, тренд на цифровизацию или старение населения касается различных областей.

Есть тренды, проявляющиеся только в одной области, и они не менее важны. Их наносят на карту, условно на станцию метро, которая не имеет пересадок.

Тренд распространяется от ранних последователей до отстающих. В любом обществе есть группы с разной склонностью к восприятию нового. Разница выражается во времени, которое нужно человеку, чтобы он попробовал новое — узнал о нем, решил испытать и испытал. Есть люди, у которых этот промежуток меньше — это трендсеттеры или ранние последователи и инноваторы.

Менее подготовленные группы — те, кому нужно больше времени — смотрят на ранних последователей. Действует референтный принцип: каждая следующая группа смотрит на предыдущую, оценивает ее опыт и, исходя из этого, принимает решение, готова ли она что-то принять. Этот процесс можно увидеть на кривой диффузий инноваций. Обычно так обозначают модель, описывающую распространение инноваций среди сообщества, для которого они предназначены.

Архитектура тренда.

Происходит какой-то сдвиг. Он может быть экономическим, социальным, политическим. Любое сильное изменение. Возникает слабый сигнал.

Есть еще такая вещь, как «дикая карта» (wild card) или «шок» — допустим, коронавирус или теракт 2001 года в Нью-Йорке. Такие события вызывают титанический сдвиг, и возникают определенные драйверы.

Пример драйвера с точки зрения регуляторных изменений — могут «закрутить гайки», и за этим последуют изменения экономических и политических отношений в мире. Если смотреть архитектуру, то это какое-то изменение, за которым возникают драйверы, затем — слабые сигналы и уже зарождающийся или развивающийся тренд. Выделение тренда начинается с сигналов — они фиксируются, кодируются, обобщаются в кластеры. На их основе формулируется тренд. Сигналы укрупняются в тренды, а те объединяются в макро-тренды — группы взаимосвязанных трендов. Самый широкий контекст — это драйверы. То, что создает основу, делает возможными сдвиги, которые мы фиксируем в трендах и укрупняем в макро-трендах. После того, как сделана вся работа, выделяется инсайт. Это фокусный вывод из всей общей картины, максимально сфокусированная выжимка. Инсайт — это сформулированная возможность, создаваемая трендом для конкретного бизнеса или под конкретный вопрос. Это интерпретация тренда, которая дает ответ на вопрос: почему это важно и что с этим делать. Например, ситуация с магазинами без покупателей. Сигнал здесь — то, что разные ритейлеры начинают открывать такие магазины в Москве, до этого сигналами были такие же магазины в США. Драйвер в этом случае, например, COVID-19. Барьеры — предположим, нехватка площадей. Future studies — это «зонтик», который объединяет различные практики исследования будущего. А разница между трендвотчингом и форсайтом — во временном горизонте и в методах.

Форсайт сфокусирован на более долгосрочной перспективе. Нет согласия в том, какой временной отрезок относится к форсайту, но скорее это промежуток в более, чем десять лет. Трендвотчинг же сфокусирован на краткосрочной и среднесрочной временных перспективах. Даже внутри одной компании могут идти споры о конкретных датах: месяцах или годах. Но в целом — это от текущей ситуации и на несколько ближайших лет вперед, максимум, от трех до пяти.

Трендвотчинг — это про те изменения, про то будущее, которое уже происходит и начинает проявляться. Это не тот образ или сценарий, к которому мы придем через несколько этапов. Это то, что уже наблюдается и фиксируется в настоящем.

Трендвотчинг отвечает на вопрос: где уже происходят сдвиги, которые еще не стали массовыми и очевидными для всех, но мы уже можем их достоверно зафиксировать и как-то на них реагировать. Это про сигналы в настоящем и про то, как с ними работать.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

2. Тема лекционного занятия. Национальные тренды в сфере HoReCa

Текст лекции.

Последние несколько лет во всех сферах бизнеса главным трендом остается цифровизация. Horeca не исключение: в этом сегменте внедряют искусственный интеллект для автоматизации рутинных процессов, разрабатывают и внедряют инновационные решения, такие как использование роботов и дронов для доставки заказов. Выигрывают те, кто готов быстро учиться и менять свои бизнес-модели в соответствии с требованиями времени. Многие рестораны перешли на онлайн-заказы и цифровое меню, а в крупном гостиничном бизнесе вводят бесконтактную связь с персоналом отеля, используя голосовых помощников. Инновации связаны с запросом клиентов на минимальное взаимодействие с персоналом и помогают эффективно решать проблему человеческого фактора, снижая количество ошибок сотрудников.

Персонализация также играет важную роль в развитии сегмента. Игроки стараются сформировать индивидуальные решения и услуги — меню, спецпредложения, скидки, обслуживание, — учитывая потребности и предпочтения каждого клиента.

Владельцы гостинично-ресторанного бизнеса, как никто другой, знают, что понимание потребностей клиента — ключевой фактор успеха. Поэтому они должны знать обо всех новых трендах, в первую очередь в области маркетинга, соцсетей и дизайна. Гостей интересуют интерьер и блюда, которые будут красиво смотреться на фотографиях, а короткие видео в соцсетях могут привлечь больше посетителей, чем реклама на крупных федеральных платформах. Те предприниматели, кто быстро понял важность социальных сетей, стали успешными в бизнесе.

Опыт последних трех лет показал, что преуспевать на рынке могут только те компании, которые способны быстро перестраивать свои процессы под новую реальность. И роль маркетинга в этом — одна из ключевых.

Управление бизнесом в сфере HoReCa требует широкого спектра знаний, включая финансовое планирование, маркетинг, управление персоналом и операционную эффективность. Ресторанным брендам также придется учитывать меняющиеся потребительские отношения, предпочтения и состояния потребностей, особенно когда речь идет о балансе инноваций с простотой, полезности для здоровья со снисходительностью, удобства с опытом и тенденций с традициями.

Ускорение инноваций

Оптимизированное меню и повышенная конкуренция между операторами

Новые продукты будут появляться быстрее, чем в прошлом, но на более короткие периоды времени.

Фирменные коллаборации

Креативность, поскольку продукты, которые когда-то считались дикими, теперь стали ближе к норме.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль) Тренды в индустрии гостеприимства.

2. Тема практического занятия. Маркетинговые исследования рынка в гостеприимстве и общественном питании

3. Цели занятия. Сформировать компетенции в области проведения маркетинговых исследований для прогнозирования потребительских ожиданий

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Современное понимание маркетинга. Направления применения маркетинга в гостеприимстве и общественном питании. Основные понятия теории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок. Понятия 4-Р и 7-Р в гостиничном маркетинге. Концепции управления маркетингом в гостеприимстве и общественном питании. Управление спросом: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый, падающий, нерегулярный, полноценный, чрезмерный и нерациональный спрос. План маркетинга и его особенности. Стратегический план маркетинга. Тактический план маркетинга. Бюджет маркетинга. Маркетинговые стратегии. Каналы продвижения гостиничных услуг и продуктов. Маркетинговые инструменты продвижения.	Опрос, дискуссия
2.	Маркетинговые исследования: цели, задачи, инструменты. Методы проведения маркетинговых исследований. Внутренние и международные маркетинговые исследования. Разработка плана исследования. Изучение конкурентов. Сегментация рынка гостиничных услуг и услуг общественного питания. Методика SWOT-анализа. Матрица McKincey-General Electric. Матрица БКГ. Обработка маркетинговой информации. Маркетинговые стратегии в гостеприимстве. Прогнозирование и планирование спроса на гостиничные услуги и продукты.	расчетно-графическое задание (выполняется в малых группах)

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия.

1. Тема практического занятия. Маркетинг рынка гостиничных продуктов и услуг в современных условиях

Вопросы к обсуждению:

Современное понимание маркетинга. Направления применения маркетинга в гостеприимстве и общественном питании. Основные понятия теории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок. Понятия 4-Р и 7-Р в гостиничном маркетинге. Концепции управления маркетингом в гостеприимстве и общественном питании. Управление спросом: отрицательный спрос, отсутствие спроса, скрытый, падающий, нерегулярный, полноценный, чрезмерный и нерациональный спрос. План маркетинга и его особенности.

Стратегический план маркетинга. Тактический план маркетинга. Бюджет маркетинга. Маркетинговые стратегии. Каналы продвижения гостиничных услуг и продуктов. Маркетинговые инструменты продвижения.

Практические задания:

1. Существуют ли национальные особенности маркетинга в России?

2. Оборонительная и наступательная маркетинговая стратегия гостиничного предприятия: условия и границы применения.

3. Digital маркетинг: что изменилось для гостиниц?

4. Собственные маркетинговые исследования или привлечение специалистов: что для гостиничного предприятия является предпочтительным?

5. Кому должен подчиняться отдел маркетинга (маркетолог) гостиничного предприятия?

6. Проблемы развития маркетинга в России.

7. Проблемы и перспективы интернет-маркетинга в ресторанно-гостиничном бизнесе.

8. Креативный маркетинг гостинично-ресторанного бизнеса: возможности и ограничения.

9. Социально-этичная концепция маркетинга в гостиничном бизнесе России: кому и зачем нужна?

10. Роль маркетинга в конкурентной борьбе на рынке гостиничных услуг и услуг общественного питания.

Требования к выполнению практического задания: изучение теоретического материала, изучение научных публикаций по теме.

2. Тема практического занятия. Маркетинговые исследования в гостеприимстве и общественном питании

Вопросы к обсуждению:

Маркетинговые исследования: цели, задачи, инструменты. Методы проведения маркетинговых исследований. Внутренние и международные маркетинговые исследования. Разработка плана исследования. Изучение конкурентов. Сегментация рынка гостиничных услуг и услуг общественного питания. Методика SWOT-анализа. Матрица McKincey-General Electric. Матрица БКГ. Обработка маркетинговой информации. Маркетинговые стратегии в гостеприимстве. Прогнозирование и планирование спроса на гостиничные услуги и продукты.

Практические задания:

1. Разработка сценария формализованного интервью с представителем менеджмента среднего звена гостиничного предприятия или предприятия общественного питания по вопросам качества гостиничной услуги и качества обслуживания.

2. Разработка анкеты для выявления потребительских ожиданий и предпочтений в сфере гостеприимства. Проведение маркетингового исследования и представление результатов в виде графиков и диаграмм.

3. Разработка анкеты для выявления потребительских ожиданий и предпочтений в сфере общественного питания. Проведение маркетингового исследования и представление результатов в виде графиков и диаграмм.

4. Проведение маркетингового исследования в студенческой (молодежной) среде по вопросу отношения и доверия к рекламе в ресторанно-гостиничном бизнесе. Обработка результатов и их представление результатов в виде графиков и диаграмм.

5. Проведение анкетирования студентов РГСУ направлений подготовки Гостиничное дело по вопросу удовлетворенности качеством образования. Обработка результатов и их представление результатов в виде графиков и диаграмм.

6. Проведение маркетингового исследования по вопросу готовности гостиничного бизнеса к приему гостей из восточных стран. Обработка результатов и их представление результатов в виде графиков и диаграмм.

7. Проведение маркетингового исследования структуры рынка гостиничных услуг (категории гостиниц) на примере конкретного региона. Обработка результатов и их представление результатов в виде графиков и диаграмм.

8. Анализ статистических данных по объему реализованных гостиничных услуг и количеству занятых в гостиничном бизнесе в ретроспективе за 5 лет. Обработка результатов и их представление результатов в виде графиков и диаграмм.

9. Маркетинговое исследование образовательных организаций г. Москва, реализующих направление подготовки Гостиничное дело.

10. Маркетинговое исследование по выбору студентов (согласовывается с ведущим преподавателем).

Требования к выполнению практического задания: При выполнении необходимо использовать статистические данные из официальных источников. Пояснительная записка может быть составлена при использовании интернет сервисов. В пояснительной записке указать видение дальнейшего развития на гостиничные предприятия и предприятия общественного питания. При защите задания необходимо использовать иллюстративный материал.

1. Дисциплина (модуль) Тренды в индустрии гостеприимства.

2. Тема практического занятия. Мировые и национальные тренды в индустрии гостеприимства

3. Цели занятия. Сформировать компетенции в области прогнозирования трендов и построения карты трендов

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие тренда. Тенденция, как совокупность трендов. Сигналы. Трендвотчинг. Трендмейкинг. Драйверы и барьеры, определяющие скорость и развитие тренда. Карта трендов. Составление карты трендов. Кривая диффузии инноваций Э. Роджерса. Инноваторы. Ранние осваиватели. Раннее большинство. Позднее большинство. Запаздывающие. Понятие хайпа. Кривая хайпа. Жизненный цикл тренда. Архитектура тренда. Дикая карта. Исследования будущего (Future studies). Форсайт. Глобальные тренды в сфере HoReCa.	расчетно-графическое задание (выполняется в малых группах по 3 студента)
2.	Тренды в гостиничном бизнесе. Шеринг экономика и цифровые платформы. Коллаборации. Халяль сертификаты. Персонализация сервиса. Омникультурные предложения. Комфорт-фуд. Умные комнаты. Забота об экологии и здоровье гостей. Виртуальная и дополненная реальности. Высокотехнологичная уборка номеров.	деловая игра (проводится по технологии Мировое кафе (World cafe)

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия.

1. Тема практического занятия. Мировые тренды в сфере HoReCa

Вопросы к обсуждению:

Понятие тренда. Тенденция, как совокупность трендов. Сигналы. Трендвотчинг. Трендмейкинг. Драйверы и барьеры, определяющие скорость и развитие тренда. Карта трендов. Составление карты трендов. Кривая диффузии инноваций Э. Роджерса. Инноваторы. Ранние осваиватели. Раннее большинство. Позднее большинство. Запаздывающие. Понятие хайпа. Кривая хайпа. Жизненный цикл тренда. Архитектура тренда. Дикая карта. Исследования будущего (Future studies). Форсайт. Глобальные тренды в сфере HoReCa.

Практические задания:

1. Провести анализ глобального тренда в сфере гостиничного бизнеса. Дать его описание. Определить стадию жизненного цикла. Выявите драйверы и барьеры в развитии тренда.

2. Провести анализ глобального тренда в сфере ресторанного бизнеса. Дать его описание. Определить стадию жизненного цикла. Выявите драйверы и барьеры в развитии тренда.

3. Проведите анализ стрит-фуда, как глобального тренда в общественном питании. Определите национальные (географические) особенности развития этого тренда.

4. Пот данным из открытых источников определите антитренды в дизайне гостиничных номеров. Подготовьте иллюстративный материал, отражающий результаты работы.

5. Многие отели движутся в сторону системы саморегистрации гостей. Путешественники в таком случае могут заселяться в номер, например, по полученному коду. Этот способ ускоряет процесс и сокращает число персонала в гостиницах. Однако не все отели класса люкс готовы к таким изменениям. Для них важно личное общение персонала с гостями, а также приветствие посетителя при заезде. Обоснуйте движение в сторону саморегистрации, как тренд.

6. Автоматизация рутинных процессов является уже признанным мировым трендом в индустрии гостеприимства. IoT и «умные» номера: тренд или эволюция технологий. Обоснуйте свой ответ.

7. Существует три типа тренда: восходящий, нисходящий и боковой. Проанализируйте глобальные тренды в гостиничном бизнесе и приведите примеры каждого из них. Ответ обоснуйте.

8. Существует три типа тренда: восходящий, нисходящий и боковой. Проанализируйте глобальные тренды в ресторанном бизнесе и приведите примеры каждого из них. Ответ обоснуйте.

9. Проанализируйте глобальные тренды в индустрии туризма. Как они влияют на гостиничный бизнес? Какие тренды в гостиничном бизнесе формируются под влиянием глобальных туристских трендов.

10. Проведите анализ ESG подхода к ведению бизнеса. Является ли этот подход трендом в гостиничном бизнесе? Ответ обоснуйте.

Требования к выполнению практического задания: При выполнении необходимо использовать статистические данные из официальных источников. Пояснительная записка может быть составлена при использовании интернет сервисов. В пояснительной записке указать видение дальнейшего развития тренда и его влияние на гостиничные предприятия и предприятия общественного питания. При защите задания необходимо использовать иллюстративный материал.

2. Тема практического занятия. Национальные тренды в сфере HoReCa

Вопросы к обсуждению:

Тренды в гостиничном бизнесе. Шеринг экономика и цифровые платформы. Коллаборации. Халяль сертификаты. Персонализация сервиса. Омникультурные предложения. Комфорт-фуд. Умные комнаты. Забота об экологии и здоровье гостей. Виртуальная и дополненная реальности. Высокотехнологичная уборка номеров.

Практические задания:

1. Составить карту национальных трендов в гостиничном бизнесе.
2. Составить карту национальных трендов в ресторанном бизнесе.
3. Составить карту национальных трендов в туризме.
4. Составить карту национальных трендов в сфере сервиса.
5. Составить карту национальных трендов в любой отрасли или сфере деятельности по выбору студентов и при согласовании с ведущим преподавателем.

Требования к выполнению практического задания: изучение теоретического материала, изучение научных публикаций по теме.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗРАБОТКА START-UP ПРОЕКТОВ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
«*43.03.03 Гостиничное дело*»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач.

Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Индустрия гостеприимства: понятие, особенности, результаты	
Тема 1.1. Основные понятия индустрии гостеприимства и особенности	Индустрия впечатлений – как молодая, высокодоходная и постоянно развивающаяся отрасль экономики и как вид бизнеса. Проблемы туристической отрасли. Качество туристической инфраструктуры и сервиса. Структура индустрии, состав, уровни. Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.
Тема 1.2. Маркетинг индустрии гостеприимства	Поведенческо-психологические основы впечатлений и их влияние на маркетинг. Особенности разработки и использования комплекса продвижения для создания незабываемых впечатлений. Концепция «4Р» маркетинга впечатлений (Салливан и Шпенглер) и ее практическое применение. Основные концепции маркетинга. Социально-этическая концепция маркетинга. Концепция маркетинга взаимоотношений. Клиенто-ориентированный подход в индустрии туризма и гостеприимства.
Раздел 2. Проектирование start-up продуктов	
Тема 2.1. Гостиничный продукт: понятие, структура, уровни	Особенности туристского деятельности и туристского продукта. Разработка продукта (товара) и управления им. Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж. Структурная модель туристского продукта. Структура уровней продукта Основной продукт. Сопутствующий продукт. Дополнительный продукт. Продукт в расширенном толковании.
Тема 2.2 Разработка start-up	Разработка новых продуктов. Дистрибьюторы и

продукта: этапы, процесс	поставщики. Разработка концепции нового товара и ее проверка. С точки зрения управления основной продукт представляет собой центр бизнеса. Предложение продукта. Доступность. Атмосфера предложения продукта (физическая среда). Атмосфера оказывает влияние на покупательское поведение: 4 способа. Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Взаимодействие клиентов между собой. Участие потребителей в системе обслуживания.

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 3. Управление гостиничными продуктами	
Тема 3.1. Разработка стратегии маркетинга.	Разработка и управление товарными стратегиями продукта. Понятие и сущность продуктовой стратегии. Элементы продуктовой стратегии. Изменениепродуктовойстратегиивсоответствиисжизненны мцикломтовара. Процессы формирования и исследования потребительских характеристик продуктов. Разработка продукта путем его приобретения. Жизненный цикл продукта (товара) (ЖЦП).
Тема 3.2. Бизнес-анализ, коммерциализация.	Разработка и управление товарными стратегиями продукта. Понятие и сущность продуктовой стратегии. Элементы продуктовой стратегии. Изменение продуктовой стратегии в соответствии с жизненным циклом товара. Процессы формирования и исследования потребительских характеристик продуктов. Креатив и механизмы совместного создания потребительской ценности товаров и услуг.
Раздел 4. Продажи start-up продуктов	
Тема 4.1. Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства	Технология контакта с клиентом. Покупательское поведение. Стимулирование клиента на продажу. Каналы распределения туристского продукта. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Прямой маркетинг. Технология управления контактом с клиентом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиента. Презентация продукта туристского предприятия. Управление возражениями клиента. Стимулирование клиента на покупку. Договорные отношения в индустрии туризма и гостеприимства. Работа с жалобами и претензиями.
Тема 4.2. Работа менеджера по продажам с клиентами	Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана. Анализ продаж продукта. Матрица BCG и матрица Ансоффа. ABC- анализ. Финансовые аспекты управления продуктом. Финансовый анализ продукта, критерии и показатели его эффективности. Привлечение капитала в исследования и разработки. Оптимизация процессов управления продуктом.

	Современные технологии продаж и программы продвижения продукта. Характеристика каналов товародвижения.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации

могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и

специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Индустрия гостеприимства: понятие, особенности, результаты

Тема 1.1.основные понятия индустрии гостеприимства и особенности.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что подразумевает собой термин «Индустрия гостеприимства»?
2. Перечислите основные 4 составляющие гостиничного бизнеса
3. В каком году была создана Российская гостиничная ассоциация (РГА)

Тема 1.2.Маркетинг индустрии гостеприимства.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите социально-экономические категории маркетинга
2. Что такое маркетинг?

РАЗДЕЛ 2. Проектирование гостиничных продуктов.

Тема 2.1. Гостиничный продукт: понятие, структура, уровни.

Вопросы для самоподготовки:

1. Отличительные особенности гостиничного продукта
2. Какие две части включает в себя структура продукта?
3. Назовите пути совершенствования гостиничного продукта

Тема 2.2. Разработка гостиничного продукта: этапы, процесс.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите этапы разработки дифференцированных гостиничных продуктов
2. Какие существуют источники идей для создания дифференцированных гостиничных продуктов

РАЗДЕЛ 3. Управление гостиничных продуктов

Тема 3.1. Разработка стратегии маркетинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Перечислите цели и задачи управления продуктом?
2. Понятие продуктовой политики фирмы

Тема 3.2 Бизнес-анализ, коммерциализация.

Вопросы для самоподготовки:

1.Что такое коммерциализация?
2. Дайте определение бизнес-анализу

РАЗДЕЛ 4 Продажи гостиничных продуктов

Тема 4.1 Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1.Назовите основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства
2.Что такое сегментация рынка?

Тема 4.2 Работа менеджера по продажам с клиентами

Вопросы для самоподготовки:

1.Назовите профессиональные качества менеджера по продажам
2. Перечислите виды стимулирования продаж.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1 Индустрия гостеприимства: понятие, особенности, результаты
Тема 1.1 Основные понятия индустрии гостеприимства и особенности.

Источник:
https://yandex.ru/images/search?pos=1&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fvuzlit.com%2Fimag_%2F34%2F43537%2Fimage001.png&text=Основные+понятия+индустрии+гостеприимства+и+особенности&rpt=simage&lr=213

Тема 1.2. Маркетинг индустрии гостеприимства.

Источник: https://yandex.ru/images/search?pos=11&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fst2.depositphotos.com%2F3591429%2F12242%2Fi%2F950%2Fdepositphotos_122421860-stock-photo-woman-typing-on-laptop.jpg&text=Маркетинг+индустрии+гостеприимства&rpt=simage&lr=213

Источник: https://yandex.ru/images/search?pos=9&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf3.ppt-online.org%2Ffiles3%2Fslide%2Fw%2FwmFupRnhEeGLkv8N0oM4VXCAYKfZQ1HDy9T7Uc%2Fslide-5.jpg&text=Маркетинг+индустрии+гостеприимства&rpt=simage&lr=213

РАЗДЕЛ 2. Проектирование гостиничных продуктов.

Тема 2.1. Гостиничный продукт: понятие, структура, уровни.

Источник: https://yandex.ru/images/search?pos=5&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fpdnr.ru%2Fstudopedianet%2Fbaza18%2F148192200811.files%2Fimage002.jpg&text=Гостиничный+продукт%3A+понятие%2C+структура%2C+уровни&rpt=simage&lr=213

Тема 2.2. Разработка гостиничного продукта: этапы, процесс.

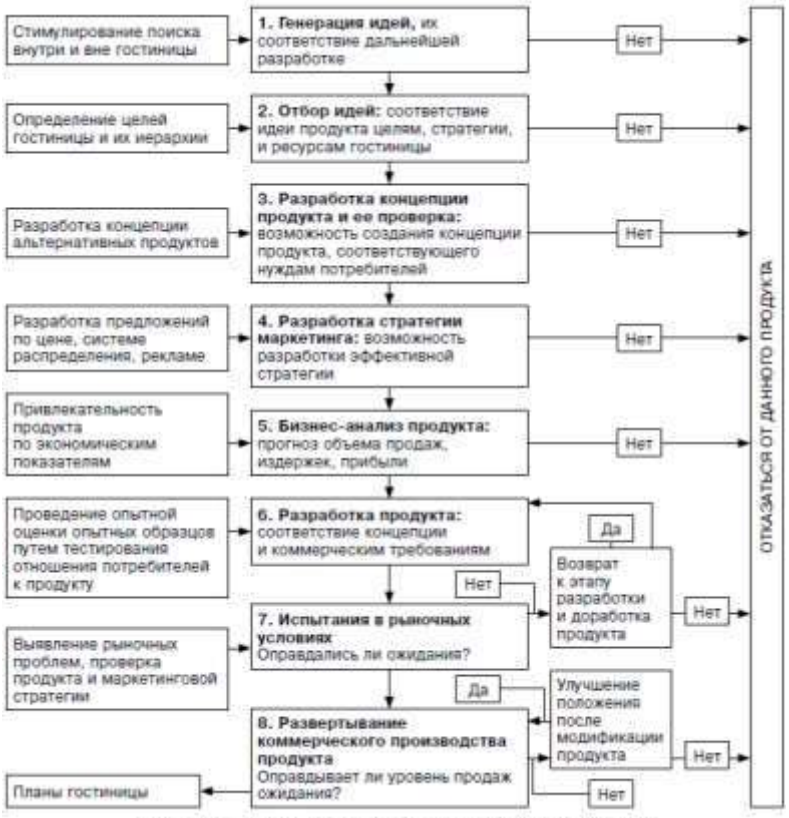


Рис. 1. Процесс разработки нового продукта (услуги) гостиницей

Источник: https://yandex.ru/images/search?pos=5&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fwww.dis.ru%2Fgif%2Fmarket%2Farhiv%2F2015%2F3%2F8%2Frazrabotka_gostinichnogo_produkta_na_osnove_m

nogourovnevogo_marketingovogo_podkhoda2.png&text=Разработка+гостиничного+продукта%3A+этапы%2C+процесс&rpt=simage&lr=213

Раздел 3. Управление гостиничных продуктов.
Тема 3.1 Разработка стратегии маркетинга.

Источник:
https://yandex.ru/images/search?pos=1&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fsonko-mosreg.ru%2F800%2F600%2Fhttp%2Fimages.myshared.ru%2F104%2F1405572%2Fslide_4.jpg&text=Разработка+стратегии+маркетинга.&rpt=simage&lr=213

Тема 3.2 Бизнес-анализ, коммерциализация.

Источник:
https://yandex.ru/images/search?pos=28&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fstoronaslov.ru%

2Fuploads%2Fc49a05231e8bf1e578b5f4386b752dc3.jpg&text=Бизнес-анализ%2C+коммерциализация.&rpt=simage&lr=213

Раздел 4 Продажи гостиничных продуктов
Тема 4.1 Основныеформыпродажпродуктов индустрии гостеприимства

Источник:
https://yandex.ru/images/search?pos=0&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fs0.slide-share.ru%2Fs_slide%2Fb77c9372d490304a83de3fd71b1cd517%2F41ec7761-9e9f-4572-881c-bd8a179b90dd.jpeg&text=Основные+формы+продаж+продуктов+индустрии+++гостеприимства+&rpt=simage&lr=213

Тема 4.2 Работа менеджера по продажам с клиентами

Источник:
https://yandex.ru/images/search?pos=0&from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Ftopuch.com%2F16-cele-kak-vajnaya-harakteristika-v-menedjmente-sposobi-

reali%2F187124_html_c0d03de5760e3ec3.jpg&text=Работа+менеджера+по+продажам+с+++клиентами+&rpt=simage&lr=213

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует

рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).
4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).
5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 1 индустрия гостеприимства: понятие, особенности, результаты /тема 1 основные понятия индустрии гостеприимства и особенности.

3. Цели занятия.

- Раскрыть основные положения управления структурными подразделениями объектов сферы гостеприимства и общественного питания.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Индустрия впечатлений – как молодая, высокодоходная и постоянно развивающаяся отрасль экономики и как вид бизнеса.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Проблемы туристической отрасли.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Качество туристической инфраструктуры и сервиса.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Основные понятия индустрии гостеприимства и особенности

Сущность индустрии гостеприимства. Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности.

Гостеприимство - это одно из понятий цивилизации, которое благодаря прогрессу и времени превратилось в мощную индустрию, в которой работают миллионы профессионалов, создавая

все лучшее для потребителей услуг (туристов). Индустрия гостеприимства включает в себя различные сферы деятельности людей - туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок ипроведение различных научных конференций.
Таким образом, индустрия гостеприимства - это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов. Как и любая другая сфера экономики, индустрия гостеприимства нуждается в определенной структуре и целостности, которые обеспечивали бы ее конкурентоспособность.

В структуру индустрии гостеприимства входят:
1) предприятия общественного питания;
2) транспортные услуги;
3) культурно-развлекательные услуги.
Привлечения внимания клиентов может осуществляться двумя способами:

1. Путем ценовой дифференциации
2. По системе натурального вознаграждения клиентов.

Ценовая дифференциация - это сегментация рынка, основанная на эластичности индивидуального спроса по цене, то есть использование специальных ценовых надбавок или скидок с целью привлечения клиентов, для которых цена имеет решающее значение. При этом для других клиентов цены не изменяются.

Целью системы натурального вознаграждения клиентов является стимулирование гостей на приобретение товаров или услуг в конкретной форме. Подобные приобретения засчитываются в качестве своеобразных бонусных очков, которые впоследствии дают клиенту право на получение льгот и скидок.

Роль специалистов в индустрии гостеприимства.
Главной составляющей для любой организации, а особенно для гостиничного бизнеса является персонал. Персонал - это весь личный состав учреждения, предприятия, организации или часть этого состава, представляющая собой группу по профессиональным или иным признакам (например, обслуживающий персонал). Персоналом называют постоянных и временных работников, представителей квалифицированного и неквалифицированного труда. Лучше всего, если система управления гостиницей представляет собой небольшие подразделения, состоящие из квалифицированных специалистов.
Всех сотрудников гостиницы с точки зрения квалификационных требований можно разделить на три большие группы:

· руководящий состав (администрация отеля, начальники отделов, супервайзеры)
· персонал, работающий с гостями (официанты, горничные, швейцары, портье)
· поддерживающие отделы (инженеры, техники, складские рабочие, стюарды). Для осуществления замкнутого технологического цикла обслуживания гостей в гостинице предусмотрены следующие основные службы:

* бронирования;
* обслуживания;
* приема и расчетная часть;
* служба эксплуатации номерного фонда.

Это минимальный набор служб, обеспечивающих предоставление основных гостиничных услуг.

Роль каждой службы и каждого сотрудника очень велика для предприятия гостиничной индустрии, так как от этого зависит эффективность работы и престиж гостиницы.

Общая характеристика индустрии гостеприимства.

Гостеприимство – это радушие в приеме и угощение гостей, безвозмездный прием и угощение странников или страноприимство.

Индустрия (деятельность, усердие) – промышленное производство с применением техники и технологии.

Индустрия гостеприимства – это собирательное понятие для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей. Индустрия гостеприимства объединяет 4 основных сегмента:

1. размещение гостиница, кемпинг, общежитие, турбаза, санаторий, мотель (автомобильная), ротель (ж/д), флотель (плавающая), флайтель (летающая).
2. питание столовая, ресторан, кафе, бар, закусочная, буфет, кофейня, кейтеринг (выездноеобслуживание).
3. перевозка (транспортный сегмент) транспортные предприятия, туроператор, турагент. Перевозка – это физическое перемещение людей с одного места на другое.
4. отдых (рекреация) казино (игорный бизнес), аквапарк, парковый бизнес, клубный бизнес. Любая игра, развлечение используемые для восстановления физических сил и умственных способностей.

4. **Историческое развитие индустрии гостеприимства.**

Впервые индустрия гостеприимства появилась еще во времена Античности. Первое документальное подтверждение существования индустрии гостеприимства зафиксировано в эпоху Древней Греции и Древнего Рима.
Одним из документов, подтверждающих существование индустрии гостеприимства в древних государствах, является Кодекс вавилонского царя Хаммурапи. В названном акте упоминались таверны
Наиболее разветвленная сеть постоялых домов имелась в Древнем Риме.
Строительство римлянами постоялых домов положило начало созданию и формированию сферы гостеприимства.
В период раннего Средневековья предоставлением услуг для обычных людей занимались религиозные учреждения.
В Англии постоялые дворы строились уже не для путешественников, а скорее для населения, употребляющего алкогольные напитки
В Средние века количество постоялых домов постоянно увеличивалось, однако уровень оказываемых там услуг оставался низким.
В 1571 г. во Франции было разработано первое меню, позволяющее быстро выбирать блюдо и знать, из чего оно приготовлено.
В XII-XIII вв. на Руси появились первые прототипы современных гостиниц - постоялые дворы.

Европейские переселенцы, пришедшие на Американский континент, принесли с собой опыт строительства и управления постоялыми дворами и тавернами. Американские постоялые дворы практически копировали европейский тип организации услуг гостеприимства, потому что он считался лучшим. Архитектура, расположение, обслуживание в постоялых дворах и тавернах во многом повторяли европейский стиль, например при размещении клиентов отсутствовал признак дискриминации.

К началу 1852 г. каждый фешенебельный отель имел своего шеф-повара.
В XX в. индустрия гостеприимства особенно интенсивно развивалась в Европе и США. Именно там появились новые формы организации этой сферы услуг. Значительные изменения произошли в ресторанном бизнесе.
Происхождение и становление гостиничного бизнеса можно разделить на четыре основные этапа:
1) до начала XIX в. - предыстория гостиничного дела - первый этап;
2) начало XIX - начало XX вв. - появление различных предприятий в области гостиничных услуг - второй этап;
3) начало XX в. - середина XX в. - рост количества предприятий в сфере сервиса, повышение качества оказываемых услуг - третий этап;
4) с середины XX в. и до настоящего времени - формирование индустрии гостеприимства - четвертый этап.

5. **Национальные особенности гостеприимства.**

В период XVIII-XIX вв. в России открываются новые гостиницы, растет количество городов, что вызвано расширением торговых связей и ростом промышленного производства. В 1818 г. в Москве насчитывалось семь гостиниц, а в Санкт-Петербурге в 1900 г. - 325.
Особенностью российской индустрии гостеприимства было существование чайных заведений. Они появились в XIX в. при Александре II в Тверской губернии. В Петербурге первая чайная была открыта 28 августа 1882 г. Чайные заведения были поставлены в особые условия функционирования: для них была установлена минимальная арендная плата, очень низкая ставка налога. Чайные открывались с пяти часов утра. Этот тип заведений распространился по другим городам и быстро завоевывал популярность.
XIX и начало XX вв. оставили заметный след в истории развития индустрии гостеприимства в России. В этот момент были построены известные гостиничные предприятия, некоторые из них продолжают функционировать и в настоящее время. Следует обратить внимание на то, что в основном они соответствовали европейским образцам архитектуры, гостеприимства и интерьера. Так, в 1911-1912 гг. по проекту архитектора Ф.И. Лидваля была построена гостиница «Астория», считавшаяся в то время лучшей гостиницей в Санкт-Петербурге. При ней был открыт ресторан с французской кухней.
После революции большая часть гостиничного фонда была национализирована. Гостиница «Астория» в Санкт-Петербурге стала местом размещения Петроградского совета рабочих и крестьянских депутатов, в гостинице «Националь» в Москве расположилось правительство.
С 1950 г. начинается широкомасштабное строительство новых гостиниц. В соответствии с общей направленностью послевоенных лет интерьерам гостиниц придавали дворцовую пышность.
К сожалению, в 1990-е гг. из-за экономической и политической ситуации в стране произошел значительный спад спроса на гостиничные услуги. В конце 1990-х гг. согласно данным Государственного комитета Российской Федерации по статистике Россия имела 5043 предприятия гостиничного типа с общим числом мест 390931.

В целом по России в городской местности находится 65 % гостиниц, в сельской местности - 35 %.
Основной особенностью российского гостеприимства является его национальный окрас. У каждой народности России есть свои национальные обычаи гостеприимства, национальные блюда и обряды.

6. Зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства за рубежом.

Происхождение и становление гостиничного бизнеса можно разделить на четыре основные этапа:

1) до начала XIX в. - предыстория гостиничного дела - первый этап;
2) начало XIX - начало XX вв. - появление различных предприятий в области гостиничных услуг - второй этап;
3) начало XX в. - середина XX в. - рост количества предприятий в сфере сервиса, повышение качества оказываемых услуг - третий этап;
4) с середины XX в. и до настоящего времени - формирование индустрии гостеприимства - четвертый этап.

Подробное рассмотрение названных этапов целесообразно начать с изучения предыстории гостиничного дела, которая связана с основными целями перемещения людей в античные времена: торговлей, паломничеством, образовательными целями и многим другим. В античные времена перемещения осуществлялись также со спортивными целями (спортивные соревнования в Древней Греции).
В Средние века широкое распространение получает религиозное паломничество, т.е. посещение определенных религиозных мест, священных как для христиан, так и для мусульман.
Второй этап - зарождение специализированных предприятий по оказанию гостиничных и сопутствующих им (дополнительных) услуг.
Важную роль в появлении и строительстве специализированных предприятий гостинично-ресторанного типа сыграли изменения в транспортной сфере: изобретение парохода Р. Фултоном (1807 г.), паровоза Дж. Стефенсоном (1814 г.), совершенствование почтовой связи и расширение сети дорог в Европе. Все это являлось важными изменениями в массовом передвижении населения.
Третий этап - широкое распространение предприятий в сфере сервиса и гостиничных услуг. Войны 1914-1918 гг., и 1939-1945 гг. оказали чрезвычайно негативное влияние на развитие индустрии гостиничного хозяйства.

Четвертый этап - формирование индустрии гостеприимства. После Второй мировой войны предприятия индустрии гостеприимства находились в плачевном состоянии. Большинство зданий было разрушено, материальных средств на их восстановление не было. Эти факторы вызвали задержку развития индустрии гостеприимства. Новые объекты не строились, а существующие были отданы под нужды армии, тыла.
Дальнейшее развитие индустрия гостеприимства получает только в послевоенный период. Так, в 1950?1960-е гг. в западноевропейских странах появляются первые развлекательные комплексы.
Таким образом, современная индустрия гостеприимства включает в себя гостиницы, бары, рестораны, курорты, игровые дома, казино, т.е. все, что направлено на отдых и развлечения клиентов.

В настоящее время индустрия гостеприимства является важной составляющей туристического бизнеса. Индустрию гостеприимства составляют различные средства индивидуального и коллективного размещения - гостиницы, санатории, молодежные общежития и т.п. Также индустрия гостеприимства включает в себя предоставление услуг, организацию размещения в гостиницах, мотелях, кемпингах и в других средствах перемещения за вознаграждение.

7. **Зарождение и этапы развития предприятий гостеприимства в России.**

Говоря о развитии сферы гостеприимства в допетровскую эпоху, следует отметить, что среди первыхпредприятий гостеприимства были гостиные дворы, постоялые дворы при ямских станциях, кабаки, корчмы, монастырские подворья. Появление первых предприятий гостеприимства было тесно связано с развитием городов на Руси.
Постепенно понимание того, что продажа спиртных напитков может быть важным источником получения доходов, приводит к тому, что «питейный промысел» сосредоточивается в руках государства. Первые казенные корчмы появляются в Москве и Новгороде.

Первый кабак появляется в царствование царя Иван IV Грозного в Москве. Под кабаком стали понимать специальное казенное учреждение для продажи «хлебного вина» («низкоградусной водки»).
Еще одним типом предприятий гостеприимства были гостиные дворы. Появились они еще в допетровскую эпоху. Особенность их заключалась в том, что они были рассчитаны на обслуживание нужд купцов.
Рассматривая историю развития предприятий гостеприимства в допетровскую эпоху, следует отметить и развитие специализированных средств размещения для паломников. В XV в. русские паломники путешествовали на Восток. Так при монастырях формируется система гостеприимства паломникам на монастырских подворьях.
Следующий этап в развитии предприятий гостеприимства на Руси связан с эпохой Петровских преобразований.
в Санкт-Петербурге появляются первые предприятия гостеприимства европейского типа.
Одним из первых заведений нового типа стала любимая Петром I «Аустерия»

Аустерии – трактиры. От традиционного кабака их отличало наличие еды, для развлечения гостей подавали табак и карты, бильярд, чай, шоколад.

В 1719 г. Петр I издал указ «Об учреждении постоялых и гостиных дворов»
Петру I принадлежит важная роль и в зарождении курортного (лечебно-оздоровительного туризма).
Вторая половина XVIII в. характеризуется попытками правительства регламентировать деятельность предприятий гостеприимства. В 1746 г. правительство издает Положение о «гербергах» (нем.«dieherber» – постоялый двор). Всего было выделено 5 категорий заведений по стоимости аренды.
К началу XIX века в столице значительно выросло количество гостиниц и иных предприятий гостеприимства. Активно развивались предприятия гостеприимства в Москве.
Стали появляться и новые типы заведений гостеприимства: рестораны, кафе, кондитерские.
В начале XX в. в Москве в 1910 г. работало 228 гостиниц, не считая 77 постоялых дворов.
После Октябрьской революции 1917 г. большинство гостиниц были национализированы, а наиболее шикарные гостиницы стали местом временного размещения представителей новой

власти
В 1941-1945 гг. – годы Великой отечественной войны – гостиничное хозяйство страны сильно пострадало. Многие гостиницы были разрушены или перепрофилированы в госпитали. После войны гостиничное хозяйство восстанавливалось быстрыми темпами, объем номерного фонда достиг довоенного уровня

В 1960-1970гг. шло массовое строительство гостиниц по типовым проектам

В начале 1990-х г. на российский рынок вышли иностранные компании: Hilton, RoccoForte, Marriott, Kempinski, Socos, Rezidor, Intercontinental,Accor и др.

Среди основных проблем развития гостиничной индустрии на современном этапе специалисты выделяют недостаточное развитие гостиниц уровня три звезды, соответствующих мировым стандартам, и перевес в сторону высококлассных пятизвездочных отелей со стороны инвесторов, несовершенства российского законодательства в сфере туризма и гостеприимства, наличие явной диспропорции между развитием внутреннего и выездного туризма, моральное и материально-техническое несоответствие отелей международным стандартам, особенно в регионах.

8. **Деятельность выдающихся организаторов гостиничного бизнеса.**

Джон Уиллард Мариотт - В 1927-м году молодой американец Джон Уиллард Марриотт и его супруга Элис основали семейный бизнес, открыв в Вашингтоне небольшой бар по продаже газированных напитков всего на девять посадочных мест.
В 1957 году компания открыла свой первый отель - Twin Bridges Marriott Motor Hotel в Арлингтоне, штат Вирджиния (в настоящее время в здании этого отеля находится музей корпорации Marriott).
В 1994 году корпорация разделяется на две отдельные компании: Мэрриотт Интернэшнл и Хост Мэрриотт Корпорэйшн. Первая из них занимается исключительно развитием сети отелей, скупая полностью или частично другие гостиничные сети. А вторая - всем, что может принести доход в областях, связанных с дополнительными услугами для гостей: например, приобретением авиалинии, строительством спортивных и развлекательных сооружений.В конце 2005 года общее количество сотрудников компании составляло 143 000 человек.

Источник: https://topuch.com/sushnoste-industrii-gostepriimstva-osnovnie-ponyatiya-i-oprede/index.html

Вопросы к обсуждению:

1.Что подразумевает собой термин «Индустрия гостеприимства»?
2.Перечислите основные 4 составляющие гостиничного бизнеса
3. В каком году была создана Российская гостиничная ассоциация (РГА)

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 1 индустрия гостеприимства: понятие, особенности, результаты. Тема 1.2 маркетинг индустрии гостеприимства.

3. Цели занятия.
- Раскрыть основные положения управления структурными подразделениями объектов сферы гостеприимства и общественного питания.

Структура лекционного занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Поведенческо-психологические основы впечатлений и их влияние на маркетинг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Особенности разработки и использования комплекса продвижения для создания незабываемых впечатлений.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Концепция «4Р» маркетинга впечатлений (Салливан и Шпенглер) и ее практическое применение.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия

Введение.

Анализ мировых тенденций в индустрии гостеприимства позволяет сделать вывод, что эта сфера деятельности имеет высокие темпы развития и приносит существенные доходы тем странам, где ей уделяется достаточно большое внимание. Современная отечественная индустрия гостеприимства находится в процессе становления, с большим трудом преодолевая препятствия, которые возникают на ее пути.

Поиск и использование новых для отечественного рынка форм организации бизнеса стали важным моментом для эффективного управления предприятиями индустрии гостеприимства. Имеющаяся в настоящее время практика функционирования российского гостиничного хозяйства не отвечает современным требованиям рынка, что выражается в низкой доходности предприятий, вызванной огромными издержками, связанными с эксплуатацией и управлением гостиницами. Отечественным предприятиям индустрии гостеприимства принадлежит наибольшая доля рынка только за счет большего числа этих предприятий, а не за счет их конкурентоспособности по сравнению иностранными компаниями, сконцентрированными в основном в таких городах, как Москва и Санкт-Петербург. Иностранные корпорации, приходя на российский рынок, с легкостью его осваивают и завоевывают, отбирая у отечественных компаний их долю бизнеса. Если обратить внимание на причины происходящего, то можно заметить, что в отличие от российских предприятий, зарубежные фирмы привыкли работать в конкурентной среде, предоставлять

высококачественное обслуживание, следить за мировыми тенденциями и охотно внедрять последние достижения не только по части оказания услуг как таковых, но и по отношению к управленческой структуре, тем самым повышая эффективность деятельности и привлекательность своих компаний для потребителей.

Актуальность данного исследования в области анализа сервиса в гостиничном бизнесе обусловливается необходимостью в нынешних условиях перехода к рыночным отношениям, поиска лучших управленческих решений, совершенствования управления в сфере гостеприимства. Рассмотрение способов анализа качества сервиса гостиничных услуг направлено на повышение уровня обслуживания и эффективности производства гостиничных услуг. Развитие рыночных отношений вызывает появление новых задач, что вызывает необходимость совершенствования управления. Важно понимание руководителей гостиниц необходимости постоянно улучшать управление качеством обслуживания, уделять внимание его расширению, реконструкции помещений, внедрению новейших технологий и т.д.

Глава 1. Маркетинг гостиничной деятельности.

Для того чтобы определить возможности воздействия на повышение объема продаж услуг в индустрии гостеприимства, следует всесторонне подходить к рассмотрению этого явления. В гостиничном бизнесе высокие объемы продаж неотделимы от высокого качества обслуживания и достигаются сознательной работой всего коллектива, правильным подбором и расстановкой кадров, созданием на гостиничном предприятии эффективной корпоративной культуры. Этому же способствуют процессы формирования положительного имиджа гостиничного предприятия, который работает на рост доверия клиентов к услугам и, следовательно, на повышение объемов продаж. Однако все эти механизмы воздействуют на продажи скорее опосредованно, поскольку в первую очередь они направлены на повышение удовлетворенности клиента, уже совершившего покупку, от процесса потребления оплаченной услуги. Вместе с тем в гостиничном бизнесе, как и в других предприятиях сферы обслуживания, должны существовать и меры прямого воздействия на результативность продаж. Этим вопросам и посвящен настоящий раздел.

К основным инструментам коммуникативного маркетинга, определяющего успех гостиничных продаж, относятся:

- реклама
- продвижение;
- техника продаж.

С помощью этого инструментария достигаются настройка, координация, взаимодействие, выработка общего языка, единодушие в методах торговли и формирования имиджа. В этом смысле все коммуникативные мероприятия должны проводиться по единой схеме, определенной центральной стратегией, цель которой – следить за созданием неповторимого облика предприятия. Каждое отдельное мероприятие способствует выработке предприятием собственного стиля (предпринимательского соответствия в рамках корпоративного единства). Различия между этими инструментами играют значимую роль при определении бюджетных расходов.

Созидательность коммуникативных маркетинговых инструментов и увязывание между собой соответствующих идей стимулируют профилирование

предприятий в гостиничном бизнесе. С этой целью рассмотрим действие каждого из указанных инструментов, концентрируя внимание на их значимости для узнаваемости отдельных участников рынка и для выстраивания оптимальных схем контакта с потенциальным покупателем гостиничных услуг.

Реклама

Реклама как инструмент коммуникативного маркетинга и продаж в своей основе имеет три стадии:

а) предварительное планирование;

б) постановка целей;

в) реализация целей.

Предварительное планирование рекламной кампании включает обобщение сведений о местных средствах рекламы[1] и анализ деятельности гостиничного предприятия с подробным описанием местной истории, традиций предприятия, особенностей месторасположения, качества услуг, современности стиля, вместимости и величины капиталовложений. Далее, под предварительным планированием понимается анализ расходов с исследованием мотивов и предположений, анализ гостиничных продуктов с соответствующей мотивировкой возможностей; анализ применяемых ранее средств рекламы, конкурентоспособности предложения и финансовый анализ средств, расходуемых на рекламу.

На основе положений и показателей, разработанных на первом этапе, основывается расчет расходов, необходимых для достижения основной рекламной задачи, согласуемой с ранее описанной общей целью предприятия.

В рамках реализации намеченной стратегии необходимо включать рекламные мероприятия в:

а) установочный план;

б) план расходов;

в) окончательный план;

г) финансовый план.

Рекламные идеи как основа установочного плана согласуются, с одной стороны, с желаниями и представлениями клиентов, а с другой – с уровнем качества гостиницы.

В рамках установочного плана утверждается перечень рекламных средств, необходимых для его реализации. Это могут быть, например, такие рекламные мероприятия, как: оформление вывесок, выпуск значков, плакатов, диапозитивов и проспектов, направление рекламных писем, открыток, рекламных сувениров.

В качестве мероприятий по планированию расходов на рекламу составляется годовой план расходов, в котором рассчитываются величины расходов на отдельные мероприятия и общие затраты на рекламную деятельность предприятия.

Точная временная разбивка конкретных мероприятий составляется в рамках конкретного календарного плана-графика. В нем точно оцениваются возможности письменной рекламы (рассылки) и рекламных проспектов. В качестве рекламных средств могут использоваться следующие виды работ и изделий:

- Рекламные карточки (содержащие указания названий, адреса, телефоны, маршрут до предприятия), наклейки на чемоданы и конверты, которые должны предлагаться клиентам в качестве сувениров.

- В главном проспекте содержатся основная картинка и словесное описание гостиницы и ее услуг.

- Издание собственного журнала, который может приносить также доходы за счет публикации объявлений и служить объединяющей нитью с клиентами.

- Рекламные объявления дают в региональных и межрегиональных газетах, публичных изданиях, специализированных журналах, календарях, ежегодниках, карманных путеводителях, адресных книгах и в программном обеспечении.

- Аналогичные рекламные возможности имеют вывески, размещение которых должно согласовываться с органами архитектурного надзора.

- Использование рекламных фильмов по телевидению и в кинотеатрах, если отдача от них оправдывает вкладываемые средства.

- В качестве рекламы могут использоваться средства транспорта (реклама в общественном транспорте, на вокзалах, в залах ожидания аэропортов, железнодорожных вагонах и т.д.).

- Дополнительное средство рекламы, достаточно успешно применяемое, – это использование собственного почтового штемпеля по согласованию с почтовым ведомством.

- Рекламные подарки, которые представляют в какой-либо форме продукцию или характер предприятия, при условии, что они должны раздаваться в разумных масштабах.

- В словах девиза «Свет притягивает людей» заключается значение световой рекламы как путеводителя для клиентов по предприятиям гостиничной сферы.

- Качество кухни и услуг официантов (гостиничного ресторана) должно быть взято под особый контроль и получить признание клиентов.

- Витрина предприятия и продажа товара на улице привлекают клиентов, являясь своеобразной рекламой.

- Поздравления от гостиницы с днем рождения, помолвкой, свадьбой и подобными мероприятиями повышают оценку клиентом услуг предприятия и укрепляют его связь с этим предприятием.

- В рекламных целях применяются также конверты, почтовая бумага, бланки счетов, салфетки для гостей, имеющие символику предприятия.

Рекламный проспект как визуальная картина услуг

В рамках инструментов коммуникативного маркетинга гостиничного бизнеса различные методы, способы и виды рекламы занимают особое место. Среди прочих рекламных средств большую роль играют рекламные проспекты гостиниц. Вследствие этого менеджер по рекламе должен уделять их содержанию и внешнему виду повышенное внимание. Для того чтобы использовать это рекламное средство с максимальной пользой для предприятия, менеджеру необходимо учитывать следующее:

Основная информация

Первоначально составляется полный перечень предложений и услуг, который может предоставить клиенту данное предприятие гостиничного бизнеса.

Перед тем как составить новый рекламный проспект, анализируются и оцениваются предложения непосредственных конкурентов с точки зрения привлекательности их предложения, их рекламных возможностей, соотношения предложения и цен и т.д. При составлении проспекта нужно использовать полученную информацию, но не копировать ее.

Новый рекламный проспект играет роль стимулятора процесса дифференциации продукта и манеры его презентации: «Мы отличаемся от конкурентов, и мы лучше, чем нас ожидают увидеть гости».

Чтобы не утратить своей значимости на перспективу, рекламный проспект должен вместить все возможные характеристики и особенности предприятия.

Для выпуска нового проспекта необходимо попытаться полностью оторваться от «старого» проспекта, актуализировав и дополнив рекламное предложение (ни в коем случае не перепечатывая ее, внося кое-какие изменения).

Для содержания рекламного проспекта основополагающее значение имеют характеристики, в том числе и возрастные, основных клиентов, для которых он предназначен. Это обстоятельство также не позволяет просто скопировать рекламное предложение конкурентов, а заставляет разрабатывать собственные варианты.

На обратной стороне проспекта помещается план окрестностей с указанием проезда к объекту (для автомобилистов).

В гостиничном проспекте может также размещаться особое гастрономическое предложение, помещаемое в контексте проведения досуга.

Заказ на тиражирование гостиничного проспекта можно размещать только после предварительного маркетингового изучения предложений, по крайней мере, трех различных издательств.

Особо выделяются (цветом, размером и формой шрифта) эмблема гостиницы, ее логотип и торговый знак.

На первой странице проспекта обычно размещают фотографию с внешним видом гостиницы.

Все характеристики отеля (в том числе и предполагаемые усовершенствования) представляются с помощью четких наглядных средств:

- иллюстраций (фотографий, диапозитивов и т.д.);
- рисунков, эмблем, графики;
- фотографий персонала, клиентов и т.д.

Предполагается, что издаваемый проспект будет использоваться в течение 4–5 лет. Такой срок, как правило, оправдывает подготовку нового издания.

К проспекту прилагается четко составленный прайс-лист, содержащий описание различных услуг отеля с ценовой составляющей.

Формат и бумага

Кроме качества бумаги при заказе проспекта оговаривают желаемое качество фотографий, размер и графику шрифтов и рисунков.

Общий вес издания (вес бумаги) и конверта не должен превышать обычные почтовые расходы на отправления подобного рода.

Формат проспекта должен соответствовать обычному размеру подобного рода печатных изданий, удобных в использовании и пересылке.

Желательно, чтобы форма проспекта была удобна для рук, складирования и демонстрирования его на стандартных стеллажах.

Фотографии

Фотографии в рекламных проспектах располагаются на переднем плане в сопровождении текста, желательно на разных языках.

Картинка-иллюстрация должна быть нацелена на то, чтобы задержать внимание читателя, который затем своим воображением дорисует детали.

Если предприятие имеет сезонную спецификацию, то в проспекте должны быть отражены все временные особенности предложения, выделенные различными фотографиями и цветом.

Оригинальные цветные фотографии могут служить индивидуальной и неповторимой характеристикой предприятия.

На выбор и размещение фотографий необходимо обращать особое внимание.

Употребляемый иллюстративный материал должен отбираться несколькими лицами, независимыми друг от друга (это дает возможность получить объективный результат, своего рода «тест на художественный вкус»).

После выбора формата проспекта (прямоугольный или квадратный) его необходимо еще раз внимательно оценить. Наибольшее значение имеет здесь оптимальная форма иллюстративного материала. Необходимо также продумать возможную стоимость специальной обложки.

Качественно исполненные фотографии должны отбираться по размеру и расположению, с тем чтобы произвести гармоничное общее впечатление.

Клиент больше всего ценит живые фотографии. В качестве сопровождения можно добавить небольшую надпись. Отметим, что предложение по проведению досуга можно почти целиком составить с помощью фотографий, рекламирующих предложение «действием».

Фотографии должны отражать специфические особенности предприятия. Реклама номеров не должна ограничиваться лучшими номерами, в основном необходимо показывать средний уровень.

Атмосфера фотоснимка зависит от освещения, поэтому рекомендуется помещать снимки с полным освещением (например, банкетный зал во время проведения специального мероприятия).

В рекламном проспекте гостиницы желательно разместить также фотографию окрестностей здания.

Текстовое сопровождение гостиничного проспекта обращает внимание читателя на отдельные моменты и удовлетворяет желание клиента получить в сжатом виде информацию об услугах, оказываемых предприятием.

Иллюстративный и текстовой материал должен тщательно отбираться и проверяться на предмет содержания, с тем чтобы получить оптимальный результат.

Текст проспекта должен быть набран соответствующим шрифтом, выделен при необходимости цветом и иметь выразительную форму.

Информация о гостинице должна быть короткой, достоверной и «удобочитаемой».

Основываясь на правиле «Не обещать того, что не можешь выполнить», текстовое сопровождение должно быть информативным, достоверным, но ни в коем случае не сухим, а напротив, эмоционально окрашенным.

Основой для составления текстовых надписей должны быть результаты анализа ответов клиентов относительно целей прибытия, они же определяют и выбор иллюстраций.

Общее впечатление от текста без детального углубления в отдельные значения оживляется расположением текстовых колонок. Лучше заметны выделенные или нестандартно расположенные отдельные высказывания.

В качестве текстовых иллюстраций можно привести высказывания клиентов о недостатках и достоинствах отеля.

Если в проспекте используется несколько языков, то описание картинок должно составляться на разных языках, выделенных разными цветами.

Техника продаж

Спокойная обстановка, тихие номера, первоклассный сервис, доступные цены на услуги – вот самые убедительные рекламные аргументы. Правда, они недостаточны для «агрессивной» продажи, подразумевающей стремительное продвижение предложения на рынок.

Тактика продвижения всегда имеет большое значение, но в гостиничном бизнесе она приобретает особую значимость. Наиболее важными здесь являются мероприятия по продвижению – «продажи-презентации», напрямую влияющие на отношения с клиентом, а также на процесс управления предприятием через мероприятия по продажам (мерчандайзинг).

Что означает продвижение в гостиничной сфере?

ПРОДВИЖЕНИЕ	Имеет целью путем специальных мероприятий и методик вызывать желание клиента приобрести предлагаемое продавцом
ПРОДВИЖЕНИЕ	Способствует большему, скорейшему и лучшему процессу покупки
ПРОДВИЖЕНИЕ	Путем тактично и правильно организованных презентаций знакомит клиентов с новым предложением в гостиничной области, отвечающим их ожиданиям. У клиента должно складываться ощущение, что он выбрал правильное обслуживание и в нужном месте
ПРОДВИЖЕНИЕ	Означает, что не нужно ожидать клиента, а необходимо его завоевывать с помощью персонального и индивидуального подхода, высококачественных и первоклассных услуг, гостеприимной атмосферы и формирования положительного имиджа предприятия

Глава 2. Осуществление PR деятельности в гостиничном бизнесе.

Задача PR состоит в том, чтобы наладить взаимопонимание, положительное отношение и доверие клиента к предложению предприятия гостиничного бизнеса на длительную перспективу. Речь идет о формировании в глазах общественности положительного имиджа, хорошей репутации и уважения к предприятию.

А.Л.Лесник и А.В.Чернышев, авторы учебника “Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе” предлагают схему, которая отображает PR деятельность в любой из сфер бизнеса:

Важно уметь различать PR и рекламу. Когда речь идет о печатании проспектов, вывешивании плакатов и помещении заметок в прессе, об этом мы говорили ранее, во всех

этих случаях говорится о рекламных мероприятиях. Информация рекламной службы объективно и профессионально подобранная, должна косвенно способствовать увеличению загрузки и прибыли. Мероприятия PR призваны, с одной стороны, повысить интерес клиента к предложению предприятия, а с другой - за счет обратной связи с клиентом привести предложение услуг в соответствие с имеющимся спросом.

Таким образом, зачастую смыслом и целью всех мероприятий по PR на практике остаются следующие: улучшение репутации и повышение популярности предприятия. Это служит в основном целям предприятия, то есть получению дополнительных клиентов из числа "прохожих", и не всегда совпадает в широком смысле с задачами открытой рекламы.

На этом основании можно сделать вывод, что PR более тесно связана с выбором средств коммуникации, а не с их печатным содержанием. PR предполагает, что теперь на смену классическим методам рекламы будут применяться новые способы продвижения имиджа предприятия и публицистики.[2]

Постоянно увеличивающаяся конкуренция в гостиничном бизнесе заставляет особо заботится о потребительских предпочтениях в области услуг. Специально нацеленная политика PR улучшает связи с клиентами и помогает предприятию профилировать свое предложение.[3] Довольно актуален в настоящее время вопрос о том, является ли PR частью маркетинга или наоборот.

По мнениюА.Л.Лесника и А.В. Чернышева, PR принадлежит к инструментам маркетинга и координируется с помощью методов корпоративной культуры, не выходя за рамки ведущей стратегии. Корпоративная культура согласуется по своим функциям со всеми коммуникативными средствами.

Краткое описание PR средств:

А) распространение информации в гостинице

Профессиональная работа по PR начинается с надежной информации. В основу здесь положены подробные проработки таких проблем организации предприятия, как, например:

- перечень ответственных сотрудников (кто за что отвечает);
- количество и тип номеров;
- перечень иных особенностей;
- время работы ресторана и бара;
- наименование, вместимость и технические характеристики банкетных и конференц-залов;
- возможности для проведения досуга и занятий спортом для клиентов;
- описание местоположения гостиницы с указанием маршрута от вокзала и аэропорта;

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите социально-экономические категории маркетинга
2. Что такое маркетинг?

Источник: https://www.referat911.ru/Marketing/marketing-v-gostinichnom-biznese/11462-821696-place2.html

1.Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2.Раздел 2 Проектирование гостиничных продуктов / Тема 2.1 Гостиничный продукт: понятие, структура, уровни
3.Цели занятия: изучить особенности туристского деятельности и туристского продукта.

Структура лекционного занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности туристского деятельности и туристского продукта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Разработка продукта (товара) и управления им.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

3. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторийе

Гостиничный продукт - совокупность материальных, технических, человеческих, информационных, временных и других факторов деятельности гостиницы по предоставлению клиентам благ, обладающих определенными потребительскими свойствами и способных удовлетворять их потребности.

Гостиничный продукт всегда является комбинацией двух основных и весьма разнородных факторов: Материально-технического фактора (здание, номера, интерьер, техническое оборудование, блюда в ресторане и т.д). Человеческого фактора (вежливость и радушие, профессионализм обслуживания, быстрота решения проблем гостя). Гостиница может иметь превосходное здание и номера, но если персонал неприветлив и непрофессионально выполняет свои обязанности, никто из гостей не будет говорить о высоком качестве такого гостиничного продукта. К простейшим продуктам относятся: номера различных категорий, телефонная связь, переговорные и конференц-залы, блюда в ресторане. В современных условиях часто новый гостиничный продукт - это комбинация уже известных продуктов. Любая такая комбинация называется пакетом услуг и является гостиничным продуктом. Например: конференц- пакет, который включает:

- аренда конференц-зала;

- аренда необходимого оборудования;

- карандаши, ручки, блокноты;

- бизнес- ланчи и кофе-брейки.

Подобным же образом можно рассматривать бизнес -ланчи, предлагаемые всеми ресторанами.

Гостиничный продукт имеет четыре характеристики, отличающие гостиничную услугу от товара: Во-первых, неосязаемость услуг - их неуловимость или нематериальный характер означает, что их невозможно продемонстрировать, увидеть, транспортировать, хранить. Во-вторых, неразрывность производства и потребления - оказать услугу можно только тогда, когда появляется клиент. С этой точки зрения производство и потребление услуг тесно взаимосвязаны и не могут быть разорваны. В-третьих, изменчивость - качество оказания услуг варьируется и зависит от уровня профессионализма производителя, его компетентности, доброжелательности, вежливости и коммуникабельности его персонала, а также от учета индивидуальных требований каждого покупателя. В-четвертых, неспособность к хранению - услуги невозможно произвести впрок или складировать, возникает проблема достижения равновесия между спросом и предложением. Гостиничному продукту, наряду со специфическими характеристиками услуг, присущи отличительные особенности:

- ситуационность гостиничной услуги, предоставляемой единовременно и меняющей характеристики при повторном обращении к услуге;

- индивидуальность услуги, поскольку даже в условиях массовой организации гостиничного продукта отель готов выполнить индивидуальные запросы клиента;

- различность свойств потребительной стоимости гостиничных продуктов, поскольку при принятии решения о покупке гостиничного продукта сам он еще не имеет четких качественных характеристик, они будут выявлены лишь при получении услуги;

- неопределенность и относительная анонимность источника комплекса услуг, которые будут оказаны туристу, поскольку гостиничные услуги оказываются самыми различными предприятиями и учреждениями; ему известна лишь турфирма, продавшая турпродукт, гарантировавшая определенные гостиничные услуги, которые еще будут предоставлены;

- покупатель преодолевает расстояние, отделяющее место приобретения продукта от места его потребления, следовательно, гостиничные услуги могут быть реализованы только тогда, когда потребитель будет доставлен в место их производства;

- образование дохода потребителей, предназначенного для приобретения гостиничного продукта, регулируется условиями страны постоянного проживания, хотя сам процесс потребления формируется условиями стран временного пребывания или мировыми ценами;

- потребление туристов включает блага, получаемые как бесплатно, так и реализуемые на месте;

- в процессе туризма потребитель несет расходы как на удовлетворение потребностей, не зависящих от пребывания вне дома, так и вызванные самим путешествием;

- процесс потребления туриста всегда ограничен во времени и пространстве; большое значение имеет фактор сезонности;

- неопределенность и субъективность критериев качества гостиничного продукта, которое, помимо прямых показателей, зависит от ряда переменных (мода, состояние здоровья клиента, отношение персонала, социальный статус клиента);

- значительное влияние на качество гостиничного продукта оказывают внешние факторы, имеющие форс-мажорный характер, то есть не зависящие от воли и действий продавца и покупателей.

Можно выделить и ряд свойств гостиничного продукта:

- гостеприимство - включает достоинство, уважение и любезность персонала;

- обоснованность - предоставление всех услуг должно соответствовать цели путешествия туриста;

- надежность - соответствие фактически предоставляемого туристу продукта рекламе, достоверность информации;

- эффективность - достижение наибольшего эффекта для туриста при минимизации его расходов;

- целостность - завершенность гостиничного продукта;

- ясность - потребление гостиничного продукта, его направленность, должны быть понятны и туристу, и производителю;

- простота в эксплуатации - возможность легко обнаруживать ошибки в технологии обслуживания;

- гибкость - гостиничный продукт должен предусматривать возможность замены тех или иных услуг, чтобы быть ориентированным на разных потребителей;

- полезность - способность служить достижению какой-либо цели, удовлетворять потребности определенной целевой группы потребителей.

Гостиничный продукт бывает твердым и мягким «рис. 1».

Рис. 1. Составляющие комплексного гостиничного продукта

1.2 Структура и уровни гостиничного продукта

Гостиничный продукт имеет свою структуру, которая чаще всего оценивается с точки зрения его производителей. Однако мало внимания уделяется проблеме структурирования гостиничного продукта с точки зрения потребителя. А ведь именно от него зависит успех гостиничного продукта, или его провал на рынке. Можно представить структуру гостиничного продукта с точки зрения потребителя в виде схемы «рис.2».

Рис. 2. Структура туристского продукта с точки зрения потребителей

Структура продукта включает в себя две части:

- ядро продукта - его функциональные свойства и характеристики;

- "фирменную оболочку" продукта, куда входят эстетические показатели качества, показатели комфортности, марка, гарантии, имидж.

"Оболочка" интересует туриста в большей мере, так как он выигрывает от ее качества, именно "оболочка" обеспечивает полное, завершенное удовлетворение от гостиничной услуги.

Интересный взгляд на структуру гостиничного продукта предлагают Н. И. Кабушкин и Г. А. Бондаренко. Они выделяют четыре уровня гостиничного продукта.

"Ядро" - родовой продукт - включает базовые умения и процессы, необходимые для участия в рыночном процессе. В гостиницах это здание, номера, меблировка, коммуникации.

2. "Ожидаемый продукт" - продукт, удовлетворяющий минимальные ожидания клиентов. Он включает в себя то, что непосредственно сопутствует родовому продукту: время и условия обслуживания, интерьер номеров, соблюдение санитарно-гигиенических норм.

3. "Расширенный продукт" - представляет собой дополнительные преимущества перед другими рыночными аналогами. Это может быть и место расположения, и дополнительные услуги.

4. "Потенциальный продукт" - в отличие от расширенного, который фиксирует только то, что уже сделано, он содержит все, что потенциально достижимо и реализуемо в перспективе привлечения и удержания гостей. Преуспевающие предприятия постоянно находятся в процессе поиска удачного потенциального продукта.

1.3 Концепции жизненного цикла гостиничного продукта

Концепция жизненного цикла товаров была разработана немецким профессором, легендарным ученым и практиком Теодором Левиттом, и впервые опубликована в 1965 году. Концепция исходит из того, что любой товар, какими бы великолепными потребительскими свойствами он ни обладал, рано или поздно вытесняется с рынка другим, более совершенным товаром. Постоянно только наличие потребности, а средства их удовлетворения изменяются. Каждый предложенный на рынок товар имеет определенный цикл жизни, в течение которого он находит своих покупателей.

Жизненный цикл гостиничного продукта - это временной промежуток от начала и до окончания его выпуска и реализации в первоначальном виде

Гостиничный продукт проходит рад последовательных стадий:

1. Стадия внедрения продукта на рынок. Этап выведения продукта на рынок (внедрение). На этой фазе жизненного цикла требуются затраты на стимулирование спроса (это самое подходящее время для рекламы нового товара или услуги). Этот этап характеризуется высокими издержками, медленным ростом объемов продаж и проведением рекламных компаний для стимулирования первоначального спроса. На этом этапе персонал гостиница испытывает значительные трудности с использованием нового продукта, а инфраструктура недостаточно адаптирована к запросам выбранной клиентуры.

2. Стадия роста. Характерной чертой этой стадии является быстрое увеличение объема сбыта, и как следствие, прибыли. Затраты на маркетинг и остаются на достаточно высоком уровне.

3. Конкуренция усиливается, и все силы предприятия направляются на формирование у потребителей убежденности в качестве продукта и дальнейшее расширение рынка. Характерной особенностью является то, что те гостиницы, которые раньше других преступили к развитию данного продукта, имеют значительные конкурентные преимущества. На стадии роста гостиничное предприятие стремится расширить сферу сбыта продукта и проникнуть в новые сегменты рынка. Это позволяет максимизировать прибыль и привлечь значительное количество новых клиентов.

4. Стадия зрелости. На этом этапе жизненного цикла замедляется рост сбыта и его стабилизация. Это может объясняться рядом факторов:

- изменением потребностей потребителей;

- выходом на рынок новых, более усовершенствованных услуг;

- усилением конкуренции;

- продукт может оказаться не достаточно рентабельным для гостиницы ввиду появления новых возможностей более эффективного вложения капитала. На данной стадии круг потребителей практически не расширяется.

5. Стадия насыщения. На этом этапе объемы продаж достигают наивысшей точки, продукт максимально проникает на рынок.

6. Стадия спада. Означает наступление того момента, когда гостиничная сфера начинает пресыщаться данным продуктом. Происходит устойчивое падение объемов сбыта и снижение, возможно даже до нулевой отметки, размера получаемой прибыли. Спрос на продукт сокращается, снижаются издержки на рекламу.

Можно выделить следующие закономерности ЖЦГП:

1. Период зрелости гостиничного продукта будет длиться до тех пор, пока гостиница удерживает лидирующие позиции в конкурентной борьбе, пока не изменятся предпочтения и потребности потенциальных покупателей гостиничного продукта.

2. Периоды внедрения и роста цикла гостиничного продукта сокращаются, если разработка нового продукта и его продвижение на рынок не потребуют существенных финансовых вложений и затрат.

3. Период спада будет тем стремительнее, чем сильнее подвержены изменениям вкусы и потребности клиентов и чем больший на рынке уровень конкурентной борьбы.

Концепция ЖЦТП потому и нуждается в отдельном и более подробном рассмотрении, поскольку стратегия поведения гостиниц на рынке изменяется в зависимости от того, на какой стадии своего жизненного цикла находится тот или иной гостиничный продукт.

Глава 2. Недостатки и пути совершенствования гостиничного продукта

2.1 Недостатки гостиничного продукта

Кроме очевидных преимуществ гостиничного продукта, есть и недостатки.

Первым недостатком гостиничного продукта можно выделить его неосязаемость, неуловимость и невозможность его продемонстрировать в полной мере. Вот, например, покупаем мы обувь в магазине, мы можем её померить, рассмотреть, увидеть все недостатки (если они есть), и лишь потом оплатить нашу покупку. Но с гостиничной услугой всё совсем не так. Да мы можем зайти на сайт отеля и просмотреть фотографии номеров, изучить все предлагаемые услуги и выбрать подходящие для себя, но мы не можем до того пока не забронируем номер в отеле по-настоящему оценить качество предоставляемого гостиничного продукта.

Вторым недостатком гостиничного продукта является неразрывность производства и потребления этого продукта. Эта особенность требует непременного присутствия и того кто оказывает услугу и того кому она оказывается. Здесь служащие осуществляют непосредственный контакт с гостем Отеля. Например, отель может быть очень

комфортабельным, но если служащие этого Отеля не расторопны, то это снижает общую оценку в глазах гостя.

Третьим недостатком гостиничного продукта является его изменчивость. Качество туристской услуги зависит от того, кто, когда и где ее предоставляет. Например, в первый день в Отеле всё по высшему разряду, служащие радушны и доброжелательны, но на следующий день всё значительно меняется, служащие грубят и получается, что предоставляется некачественная услуга. Также в отеле могут быстро меняться цены на гостиничный продукт, на которые может повлиять нестабильность гостиничного рынка.

Четвертый недостаток гостиничного продукта - это неспособность к хранению. Например, если вы можете прийти в магазин и попросить отложить на два дня понравившийся вам товар, то с гостиничным продуктом этого нельзя сделать. Гостиничный продукт нельзя произвести впрок или складировать, так как с каждым днем предпочтения клиентов меняются, и Отели обязаны следовать их предпочтениям, чтобы быть успешными и конкурентноспособными.

Еще можно выделить один недостаток, который не является прямым недостатком гостиничного продукта, но очень сильно влияет на него. Это неквалифицированность сотрудников Отеля. Подавляющее число работников не имеет высшего образования именно в сфере гостиничного хозяйства, и поэтому они не знают всех тонкостей и особенностей этого бизнеса. Соответственно их «неграмотность» в этой области, влияет на услуги, которые они предоставляют в Отеле.

2.2 Пути совершенствования гостиничного продукта

Так как мы не можем изменить недостатки гостиничного продукта, которые мы перечислили выше (неспособность к хранению, изменчивость, неразрывность производства и потребления, и неосязаемость), то мы можем усовершенствовать гостиничный продукт в других областях.

Например, качество предоставляемой услуги. Самое главное правило гостиничного обслуживания - удовлетворить все возникшие потребности клиентов. Если Отель будет постоянно работать над качеством своих услуг, то он достигнет конкурентных преимуществ на рынке услуг. Качество услуги, это не только удовлетворение всех потребностей клиентов, но еще и правильность оказания услуг. Т.е все сотрудники Отеля должны с охотой и доброжелательностью оказывать услуги, чтобы гость в полной мере получил удовлетворение. И еще качество должно быть постоянным.

Особое внимание нужно уделить информированности персонала Отеля. Любой сотрудник должен быть готов ответить на любой вопрос гостя, и это касается не только Отеля, но и самой страны пребывания. Для этого в Отеле должны работать квалифицированные специалисты. Для решения этой проблемы руководство Отелей должно обучать свой персонал. Устраивать семинары, тренинги с привлечением квалифицированных преподавателей, а также помогать своим сотрудникам в получении высшего образования.

Также следует усовершенствовать удобство расчета для гостя, систему дисконтов, бонусов, клубных карт и другие меры, призванные мотивировать гостя к повторному выбору Отеля. Нужно продумывать и разрабатывать очень тщательно партнерские программы и специальные предложения, так как это привлекает основную часть гостей. Привлекать к разработке программ людей, которые на самом деле в этом разбираются.

Одной из причин, по которым гость выбирает тот или иной отель, является эстетично оформленный интерьер, создающий атмосферу уюта и домашнего тепла. Поэтому следует уделить особое внимание усовершенствованию номерного фонда Отеля. При обустройстве

номеров следует применять новейшие материалы, и технологичное оборудование, проводить как можно чаще ремонт номеров. Новые комфортные номера будут привлекать еще большее количество гостей.

Заключение
В заключение можно сказать, что гостиничный продукт- это важнейший элемент гостиничного предприятия, и поэтому к его разработке должны подходить очень тщательно. При создании гостиничного продукта, нужно уделить большое внимание конкурентному преимуществу.

Гостиничный продукт имеет сложную структуру, и проходит длительный жизненный цикл (от стадии внедрения гостиничного продукта на рынок, до стадии спада спроса на него). Также мы выяснили, что у гостиничного продукта есть свои недостатки. Это: неспособность к хранению, изменчивость, неразрывность производства и потребления, и неосязаемость. Мы не можем изменить недостатки гостиничного продукта, но возможно усовершенствовать продукт в других областях:

- улучшить качество предлагаемых услуг;

- повысить квалификацию персонала;

- улучшить информированность персонала;

- разработать новые партнерские программы;

- и самое главное улучшить номерной фонд.

гостиничный продукт жизненный цикл

Вопросы для самоподготовки:

1. Отличительные особенности гостиничного продукта
2. Какие две части включает в себя структура продукта?
3. Назовите пути совершенствования гостиничного продукта

Источник: https://revolution.allbest.ru/management/00427753_0.html?ysclid=lifs8c3qkp391560227

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства.

2.Раздел 2 Проектирование гостиничных продуктов. Тема 2.2 Разработка гостиничного продукта: этапы, процесс

3.Цели занятия: сформировать понимание о разработке новых продуктов.

Структура лекционного занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разработка новых продуктов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Дистрибьюторы и поставщики.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Разработка концепции нового товара и ее проверка	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Разработка нового дифференцированного гостиничного продукта является одним из важнейших направлений маркетинговой деятельности.

Этапами разработки дифференцированных гостиничных продуктов, как правило, являются: генерация идей, отбор идей, разработка концепции гостиничного продукта, разработка стратегии маркетинга, анализ возможностей производства, собственно разработка гостиничного продукта, испытания в рыночных условиях и коммерческая реализация. Данная последовательность этапов носит достаточно общий интегрированный характер и не содержит детального обсуждения целого ряда значимых блоков маркетинговой деятельности фирмы, таких как элементы маркетинговой разработки дифференцированного гостиничного продукта включают дизайн и состав гостиничного продукта, оценку рыночной адекватности гостиничного продукта и его конкурентоспособности, а также прогнозирование продвижение и продажи гостиничных продуктов и разработку продуктовой политики отеля.

Важными этапами разработки дифференцированного гостиничного продукта является создание формы подачи гостиничного продукта, включая его дизайн, состав и создание современного гостиничного бренда. Большое значение придается обеспечению качества дифференцированного гостиничного продукта и оценке его конкурентоспособности.

Следующими шагами после обеспечения всех необходимых процедур создания дифференцированного гостиничного продукта является оценка его рыночной адекватности, которую понимают как соответствие данного дифференцированного гостиничного продукта требованиям ринку7, а также оценка отеля, то есть выявление соответствия экономических параметров данного продукта производственным и финансовым целям отеля:

1) поиск идей дифференцированных гостиничных продуктов;

2) селекция идей дифференцированных гостиничных продуктов;

3) экономический анализ идей дифференцированных гостиничных продуктов;

4) развитие концепции гостиничного продукта;

5) разработка дизайна гостиничного продукта;

6) создание гостиничного бренда;

7) обеспечение качества гостиничного продукта;

8) оценка конкурентоспособности;

9) оценка рыночной адекватности гостиничного продукта.

Поиск идей дифференцированных гостиничных продуктов. Основные составляющие процесса поиска идей дифференцированных гостиничных продуктов - это анализ источников идей и применение творческих методов получения идей.

Можно выделить три основных источника идей для создания дифференцированных гостиничных продуктов. Важнейший - это рынок, к тому же импульсы могут исходить как от потребителей, так и от конкурентов. Желания клиентов, рекламации, типичные причины ремонта дают важную информацию для улучшения гостиничных продуктов. Потребительские организации постоянно требуют от отелей улучшения продукции и указывают на возможные направления достижения этого.

Второй источник - это сам отель, есть, в первую очередь, все сотрудники отеля, заинтересованные в создании современного и, соответственно, рентабельного гостиничного продукта; во-вторых, работники исследовательских подразделений гостиничной индустрии, которые разрабатывают дифференцированные услуги продукты. Развитие дифференцированных гостиничных продуктов только в отдельных случаях возможен без интенсивных исследований. Крупные гостиничные кампании имеют существенные преимущества в этой области. Таким образом, ограничивается конкуренция, поскольку вступление дифференцированных отелей на рынок тяжелый.

Третий источник для выявления идей - независимые фирмы, которые тоже могут быть привлечены к поиску идей дифференцированных гостиничных продуктов. Большое значение имеют отчеты институтов, занимающихся исследованием дифференцированного гостиничного продукта. На выставках и ярмарках могут быть проанализированы отечественные и зарубежные конкурентные дестинации, следует также использовать анализ патентов и результатов исследований в родственных направлениях.

Если анализ источников идей не дает желаемых результатов, то можно использовать творческие методы генерации идей дифференцированных гостиничных продуктов, а именно: морфологический и проблемный методы анализа, мозговую атаку и синектичний подход.

Идеи, генерируемых следует оценить и выбрать из них наиболее оптимальные для деятельности фирмы. Такой этап получил название селекции идей.

Селекция идей дифференцированных гостиничных продуктов. Цель предварительной селекции идей заключается в возможно быстром выделении непригодных решений. Оцениваются не продукты, а идеи в их более или менее зачаточной форме. Предыдущая селекция может означать проверку идей на их соответствие требованиям отеля, которая включает: экспертные оценки, матрицу оценки и многокритериальная оценка. Для этого используют собственных специалистов отеля.

Экспертная оценка проводится, прежде всего, по следующим показателям: ожидаемая объем продаж, рост производства, степень, по которому можно достичь проникновения, соответствие дифференцированного гостиничного продукта используемым или

планируемым каналам распределения. Необходимо выяснить, какие преимущества имеет дифференцированный гостиничный продукт относительно конкурентов, есть ли правовые или моральные проблемы. Эксперты должны

оценить, насколько реализована идея с финансовой и технической точек зрения и насколько эта идея соответствует целям и имиджу гостиницы.

Матрица оценки строится так: определяются важнейшие сферы деятельности гостиницы (Производство, финансы, исследования, маркетинг и др.)., Им присваивается числовое значение, что отражает их относительную значимость и роль для успеха отеля. Идея получает ряд оценок (например, от 0, 1 к 1), каждая из которых выражает, насколько хорошо идея соответствует требованиям того или иного отдела. Умножение коэффициентов по отделах и составления полученных результатов определяют конечную оценку пользы идеи для отеля.

Во время многокритериального оценивания сначала утверждаются критерии, которые решаются в зависимости от их роли в процессе выбора. Затем анализируется, насколько идеи выполняют поставленные условия с помощью простой шкалы рейтинга. Результат вычисляется суммированием произведений критериев оценки на их весовые коэффициенты. Оценка в баллах конкретной идеи позволяет сделать какие-либо выводы только по сравнению с бальными оценками (индексами) других идей или наличии шкалы оценки индекса.

Экономический анализ идей дифференцированного гостиничного продукта

Экономический анализ идей дифференцированного гостиничного продукта, состоит из следующих этапов:

1) прогноз расходов, связанных с развитием продукта, выходом на рынок и продажей. Прогноз связан с определенным риском, поскольку для анализа необходимо знать ситуацию на рынке, время и область продажи дифференцированного гостиничного продукта, отношение потребителей к продукту

2) оценка объема реализации (оборота, выручки). Качество прогноза зависит от того, насколько точно можно оценить рост рынка, достижимую долю рынка, цену, которая, в свою очередь, зависит от затрат;

3) прогноз прибыли. Если для периода известно доходы и расходы, или поступление средств и выплаты, то для прогноза прибыли могут использовать методы инвестиционных расчетов. В любом случае следует рассматривать несколько периодов, поскольку, как показывает модель жизненного цикла дифференцированного гостиничного продукта, первые периоды могут оказаться совершенно нетипичными с точки зрения прибыли.

4) учет неопределенности. Для каждой ситуации рекомендуется разрабатывать оптимистические, средние и пессимистические прогнозы. Вторая возможность учета неопределенности заключается в коррекции целевых величин так, что им присваиваются коэффициенты, выражающие их достоверность.

Национальная культура и разработка дифференцированных продуктов

В современных условиях глобализации мирового рынка и бизнеса, важными являются вопросы разработки дифференцированных гостиничных продуктов. В частности, особенно острой является проблема влияния национальной культуры на процесс разработки дифференцированных рыночных гостиничных продуктов. Любой отель ведет поиск стран, где есть условия для исследований и разработок в области создания дифференцированных гостиничных продуктов, осознанно или нет, делает выбор между культурами и может, например, предпочесть Швейцарии как стране, более благоприятной для проведения новых

исследований и разработок, чем Таиланд, а это означает преимущество, преданную швейцарской культуре. Часто выбор отеля базируется на традиционных рассуждениях, таких как техническая оснащенность, финансовые ресурсы, логистика и доступность рынка. Однако национальная культура, которая часто не учитывается, может влиять на ход и результат реализации программы разработки дифференцированного гостиничного продукта.

Концепция стадий разработки дифференцированных продуктов не является новой, ее давно признано, описаны и исследованы. Если не учитывать дебаты о точном количестве стадий процесса, (от 2 до 15), и степеней, в котором они перекрывают друг одного, то существует единое мнение, что концептуально процесс разработки дифференцированного гостиничного продукта последовательно "проходит" через стадии замысла, материальной разработки, массового производства и продажи дифференцированного гостиничного продукта на рынке. В последнее время высказывается мнение о том, что процесс разработки дифференцированного гостиничного продукта может быть сведен к двум основным стадий. Первая стадия - инициализация, охватывающая идею создания, отбор и концептуальное тестирование. Вторая стадия - внедрение, к которой принадлежит разработка, пробный маркетинг и запуск дифференцированного гостиничного продукта в продаж. Выделенные стадии различны. Первая фокусируется на разработке концепции дифференцированного гостиничного продукта, а вторая - на реализации этой концепции.

Индивидуализм - это сторона национальной культуры, трактует как соотношение индивидуализма и коллективизма, которое превалирует в данном обществе. Общество с высокой степенью индивидуализма теряет связи между его членами, поскольку каждый сконцентрирован на своих собственных интересах и интересах своего ближайшего окружения. Примером стран с высокой степенью развития индивидуализма являются: США, Великобритания, Канада и Италия. Общество с низким степенью индивидуализма, в частности в Японии, Иране, Тайване и Колумбии, придерживается групповых ценностей и верований, поэтому преследует коллективные интересы. Несмотря на то, что социологи довольно широко изучили эту сторону национальной культуры, они практически игнорировали влияние индивидуализма на процесс разработки дифференцированных гостиничных продуктов.

Исследования специалистов в области менеджмента и маркетинга предполагают, что высокий степень индивидуализма может быть связан с успешной разработкой дифференцированных гостиничных продуктов. Как показывает практика, известны во всем мире разработчики дифференцированных рыночных продуктов - это люди, которые не боятся посвятить себя идеям, не обещают безусловного успеха, а иногда и выходит за рамки непосредственной сферы их деятельности

ности. Даже если другие рассматривают ту или иную идею как таковую, что не заслуживает затрат ресурсов, эти люди, наоборот бросают вызов коллегам и пытаются найти ответы на сложные запутанные вопросы. Скорее всего, их непримиримость, самоуверенность, упорство и является той движущей силой инновационных процессов, создает предпосылки для успешного развития их и способствует преодолению возникающих помех.

Современное представление о новаторов как в гостиничных, так и в бизнес-технологиях, дает возможность с уверенностью утверждать, что высокий уровень индивидуализма обусловливает успех деятельности в создании дифференцированных рыночных гостиничных продуктов.

Новаторы в индустрии гостиничного бизнеса, как правило, полагаются на свою изобретательность и личное участие в процессе создания и воплощения в жизнь дифференцированных концепций. В основном они работают автономно и одновременно существенно влияют на инновационную работу коллег. Присутствие новаторов расценивается как главный критерий, по которому различают удачные и неудачные

инновационные проекты. Новаторы в индустрии гостиничного бизнеса схожи со своими коллегами из промышленной сферы целеустремленностью и наличием индивидуалистического подхода, однако они часто не являются генераторами идей или носителями знаний, необходимых для создания дифференцированного гостиничного продукта. Наоборот, их творческий потенциал зависит от руководящей роли представителей высшего управленческого звена, которые помогают им раскрыть свои потенциальные возможности и привлечь необходимое ресурсную базу для успешной реализации идей. Часто в основе создания дифференцированного гостиничного продукта, что имеет успех, лежат усилия высшего управленческого звена. При этом новаторы в области технологий бизнеса, безусловно, играют не последнюю роль в успешной реализации инициированных руководством проектов. При более глобальном взгляде на данную проблему оказывается, что концептуальная изобретательность и творческий потенциал той или иной национальной культуры напрямую связаны с ЕЕ индивидуализмом, о чем свидетельствует положительная, высокая корреляция между данными о количестве выданных патентов и зарегистрированных торговых марок и уровнем развития страны, в которой они были зарегистрированы. Следует отметить, что успешная разработка дифференцированных гостиничных продуктов может происходить только при высокой степени индивидуализма.

Итак, чем ярче выражено индивидуализм среди представителей той или иной национальной культуры, тем совершеннее создаваемые в данной стране услуги продукты, не обращая внимание на то, что антипод индивидуализма - коллективизм, также может быть отнесен к факторам, которые положительно влияют на процесс создание дифференцированных гостиничных продуктов.

Источник: https://vikidalka.ru/1-75051.html?ysclid=lifspinhzc275479859

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите этапы разработки дифференцированных гостиничных продуктов
2. Какие существуют источники идей для создания дифференцированных гостиничных продуктов

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 3 управление гостиничных продуктов/ тема 3.1 разработка стратегии маркетинга.

3. Цели занятия.

- Раскрыть основные положения разработки и управления товарными стратегиями продукта

Структура лекционного занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Разработка и управление товарными стратегиями продукта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Понятие и сущность продуктовой стратегии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Элементы продуктовой стратегии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Маркетинговая стратегия – это, как правило, долгосрочный план реализации коммерческих и корпоративных целей компании. В рамках этих задач маркетологи занимаются продвижением бренда на рынок, продажами товаров и услуг, процессами ценообразования. Кроме того, сюда входит работа с клиентами и персоналом.

Маркетинговая стратегия является официальным документом, который закрепляется в политике компании. Соответственно документ отображает реальное положение бренда на рынке, включая оценку перспектив развития, наличие или недостаток необходимых ресурсов для роста. Во главу угла в любой маркетинговой стратегии ставится рост объема продаж. Этого обычно достигают увеличением потока клиентов или числа заказов.

Стратегии маркетинга на практике

Любой план действий должен согласовываться с общей стратегией компании по достижению поставленных целей. Рассмотрим, какие стратегические задачи решаются маркетологами на предприятии:

- Увеличение присутствия бренда на рынке. Любой компании, предприятию для реализации маркетингового плана нужны рынки сбыта продукции. Поэтому цели специалистов в этом плане весьма прозрачны – «захватить» как можно большую долю в нише.

- Рост объема продаж. Если клиенты мало покупают продукцию компании, то стратегии маркетинга не работают как надо. Это практически аксиома. Всегда за увеличением доли рынка прибавляется количество клиентов, а с ними приходят заказы и продажи. Правильный маркетинг должен стимулировать активность покупателей.

- Увеличение прибыли фирмы. Соответственно рост продаж напрямую воздействует на доходность предприятия. Маркетинговая стратегия компании влияет на ликвидность бизнеса. Например, можно быстро реализовать товары по сниженной цене, достичь сумасшедшего роста продаж и в итоге остаться в убытках. Причина – неверное ценообразование (демпинг цен).

- Позиционирование бренда. Чтобы стабильно продавать товары по рыночной цене, необходимо правильно позиционироваться в нише. Целевая аудитория должна понимать ценность продукта и ассоциировать эти качества с брендом. Маркетинг – это связующее звено между товаром компании и сознанием потенциального покупателя.

Для решения этих задач необходимо изучить целевую аудиторию компании или продвигаемого товара/услуги. Без четкого понимания кому вы продаете сложно получить хороший результат. Следует подробно описать все сегменты целевой аудитории – это станет отличный подспорьем для маркетолога.

Также важно, если предлагается физический продукт, описать маркетинговый комплекс – товар, распределение, стоимость, продвижение. Для реализации услуги к имеющимся пунктам добавятся ещё три – физическое окружение, процесс и сотрудники. Определите УТП продукта – это может быть самая главная характеристика в разрезе пользы для клиента. Подумайте, какие ниши лучше всего подходят для продвижения продукта/услуги, нужны ли дополнительные помещения и штат специалистов.

Стратегии маркетинга: виды и группы

Классифицировать маркетинговые стратегии можно по нескольким признакам развития:

1. Концентрированный рост. Рынок сбыта подстраивается под новую продукцию или же товары и услуги модернизируются под характеристики ниши. Зачастую маркетинг направлен на расширение зон влияния одного продукта бренда (горизонтальное увеличение доли рынка), а также на конкурентную борьбу.

2. Интегрированный рост. Это вид маркетинговой стратегии вертикального развития. То есть расширяется не сам рынок, а структура предприятия. В основе – производство новых видов товаров или услуг, открытие филиалов, сотрудничество с дилерами и партнерами.

3. Диверсифицированный рост. Данный вид применим, когда предприятие уже исчерпало ресурсы для продвижения определенных товаров и услуг на рынке. В этом случае имеет смысл расширять ассортиментную матрицу, выпуская новые или видоизмененные/модернизированные старые продукты.

Также маркетинговая стратегия может подразделяться на виды по ориентации на рынок. Например, компании концентрируются на выпуске и продаже одного товара в нише или предлагают выбор из нескольких категорий продукта. Существуют компании, которые могут покрыть своей продукцией весь рынок – полный охват или предложить покупателям избирательную специализацию по сегментам.

Стратегии маркетинга могут различаться по средствам, которые использует предприятие для продвижения – товарная матрица, рекламные кампании, фирменный стиль, ценообразование.

Как выбрать стратегию по виду? В практическом плане нужно учитывать два ракурса: преимущество перед конкурентами (УТП) и позиционирование компании в нише. Рассмотрим несколько вариантов по первому пункту:

- Если компания выпускает уникальный продукт, который имеет ценность для ЦА, то следует выбирать стратегию дифференцирования. Этот вид маркетинга больше подходит «старым» компаниям, которые имеет стабильную базу клиентов, постоянный доход и возможности вкладывать средства в разработку уникального продукта.

- Если компания выпускает продукцию с минимальными издержками на её производство и реализацию на рынке, имеет смысл фокусироваться на лидерстве в этом аспекте. Это позволить занять лидирующие позиции по ценообразованию в нише. Зачастую к такой стратегии прибегают компании, работающие в одном регионе, городе. Например, бесплатная доставка – это один из инструментов реализации стратегии минимальных издержек. Предприятия с передовым оборудованием могут снизить затраты на производство товаров и соответственно выдать продукцию на рынок по сниженной цене.

Соответственно эти стратегии можно и нужно смешивать. Например, компания выпускает группу товаров, которые имеют сильные конкурентные преимущества в нише. При этом у неё минимальные издержки на производство, а значит, и лучшие цены на рынке.

Маркетинговая стратегия развития компании также зависит от позиционирования. Например, есть лидеры ниши – это компании, которые создают основной спрос на рынке. Среди них всегда ведется жесткая конкурентная борьба. Преследователи бьют по слабым местам лидера, стараясь отнять долю покупателей. Лидер постоянно должен привносить новшества в нишу, чтобы быть на голову выше конкурентов. Словом, маркетологи в компаниях ТОП 3-5 работают не покладая рук.

Есть середняки рынка и нишевые игроки. Первые и вторые ищут низкоконкурентные сегменты, ведут «партизанский» маркетинг. Здесь компаниям нужно быть гибкими, быстро подстраиваться под изменения. В противном случае крупные игроки раздавят малый бизнес.

Уровни маркетинговой стратегии

Классический маркетинг включает в себя четыре уровня – корпоративный, бизнес-единицы, функциональный и операционный. Однако в практической деятельности обычно исключают функциональные уровень, так как он серьезно снижает потенциал развития компании. Рассмотрим ключевые направления подробнее:

1. Корпоративный уровень. Маркетинговая стратегия развития основана на формировании дифференцированной матрицы продуктов со строгой ориентацией на имеющийся рынок.

2. Бизнес-единицы. На этом уровне разрабатываются конкурентные маркетинговые стратегии для каждого вида деятельности компании.

3. Операционный или продуктовый уровень. Это, по сути, позиционирование товара на рынке. Продукт может объединяться в группы и комплексы в рамках стратегического плана.

4. Соответственно уровни могут взаимодействовать между собой, создавая подуровни в рамках одного или нескольких направлений развития компании.

Структура и содержание стратегии маркетинга

Специалисты выделяют следующую структуру:

1. Анализ целевых сегментов и рынка. Это помогает определить соотношение возможностей предприятия и рынка сбыта. То есть компания по результатам аналитического обзора должна решить, какие услуги и продукты она будет предлагать клиентам в нише.

2. Сегментация клиентов по целевым группам. Необходимо разделить общий поток потенциальных покупателей на небольшие целевые сегменты, чтобы удовлетворить их спрос. Рекомендуется делать упор на самой целевой группе, следуя правилу Парето: 20% клиентов приносят 80% прибыли компании. Такой результат говорит о том, что целевой сегмент определен верно.

3. Позиционирование. Маркетинговая стратегия развития предполагает четкое определение своих позиций в нише. Занимать лидирующие места в высококонкурентной нише можно только при наличии ценного УТП, конкурентных преимуществ и фирменного стиля.

4. Маркетинговый комплекс мер. Это комбинированные инструменты, которые помогают маркетологам продвигать товары и услуги на рынок. Как правило, комплексы включаются в себя: политику ценообразования, продуктовую стратегию, политику продвижения, распределения и сбыта товаров.

Формирования и стадии разработки стратегии

Выделяют обычно четыре этапа формирования и разработки маркетинговой стратегии предприятия:

- Аналитика. Специалисты исследуют особенности рынка, возможности компании и характеристики товаров. Также изучают деятельность конкурентов и потребности целевой аудитории в конкретной нише. При анализе учитываются внешние и внутренние факторы по модели SWOT, где S – сильные стороны (преимущества) бренда/товара; W – слабые стороны (недостатки); O – возможности/ресурсы предприятия; T – внешние угрозы, на которые нельзя повлиять.

- Выбор рынка. Определившись с преимуществами и недостатками, ресурсами и УТП компании, необходимо выбрать рынок сбыта. То есть проанализировать спрос и предложение, определить потребность ниши в продукте.

- Разработка маркетингового плана. На этом этапе уточняются цели компании в разрезе полученных данных исследований. Далее определяется ценовая политика товара на рынке, методы позиционирования, задачи рекламных кампаний и другие моменты. В итоге всех обсуждений и работ утверждается маркетинговый план фирмы.

- Контроль. По каждому этапу реализации стратегии проводится анализ результатов, корректируются задачи, подстраиваются инструменты.

Оценка эффективности

Контроль результатов позволит определить правильность выбора стратегии маркетинга, а также проконтролировать реализацию целей компании. Для полнофункционального контроля необходимо анализировать следующие составляющие:

- Сбыт продукции. Анализируются каналы продаж, а также востребованность товаров и услуг бренда у целевой аудитории. Определяются сильные и слабые рынки, новые места реализации товаров, объемы сбыта. Кроме того, маркетологи анализируют факторы, которые влияют на активность продаж.

- Соотношение объема заказов к полученному доходу. Анализ данных метрик позволяет определить наибольший рыночный эффект от продажи товаров. Кроме того, определяется средний чек по рынку и конкретной группе продукции.

- Удовлетворенность целевого сегмента покупателей. Исследуются метрики, которые показывают уровень спроса и объемы сбыта продукции основной группе покупателей. Согласно закону 20/80 удовлетворение потребностей целевого сегмента приносит максимальную выгоду компании.

- Доли рынка. Анализируется соотношение объемов продаж к распределению товаров по сегментам рынка. Это позволяет определить наиболее значимые категории продукции, которые приносят основной доход в нише.

- Расходы и прибыль. Анализ метрик помогает найти пути снижения издержек, а также определить самые популярные товары на рынке по статье доходов.

Источник: https://www.calltouch.ru/blog/glossary/marketingovaya-strategiya/?ysclid=liiqgzdp2i891534733

Вопросы для самоподготовки:

1. Перечислите цели и задачи управления продуктом?
2. Понятие продуктовой политики фирмы

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 3 управление гостиничных продуктов/ тема 3.2 бизнес-анализ, коммерциализация.

3. Цели занятия.
- Раскрыть основные положения разработки и управления товарными стратегиями продукта

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разработка и управление товарными стратегиями продукта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Понятие и сущность продуктовой стратегии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Элементы продуктовой стратегии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. **Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией**.

Бизнес-анализ — это инструмент, позволяющий выявлять потребности бизнеса и находить пути преодоления трудностей. Он охватывает широчайший спектр вопросов. Анализ бизнес-процессов следует выполнять не только для начинающих проектов, но и действующих, в которых он существенно повысит вероятность успеха.

Что такое бизнес-анализ простыми словами

Бизнес-анализ представляет собой комплекс задач и методик, применяемых в работе, как связующее звено между заинтересованным сторонами для лучшего понимания структуры, политики и операций. Благодаря бизнес-анализу компания может принимать решения, реализация которых позволяет прийти к желаемым результатам.
Бизнес-анализ состоит из понимания того, как организации действуют, чтобы достичь поставленных целей, а также определения возможностей, необходимых компании для предоставления товаров и оказания услуг заинтересованным лицам извне.
Бизнес-анализ включает в себя определение целей, соотношение этих целей и задач, разработку плана действий, которые должна выполнить фирма, чтобы достичь их, а также установление формы взаимодействия разных подразделений и заинтересованных лиц в рамках данной компании и за ее пределами.
Выполнять анализ состояния бизнеса нужно для того, чтобы понимать текущее состояние дел на предприятии. На основании полученных результатов хозяйствующий субъект также определяет, что ему потребуется в дальнейшем для успешной деятельности.
Бизнес-аналитиком называют любого человека, который решает задачи, связанные с бизнес-анализом, зачастую даже вне зависимости от занимаемой должности и организационной роли в компании.

Практикующие специалисты по бизнес-анализу — это не только бизнес-аналитики. Речь здесь также идет об аналитиках бизнес-систем, системных аналитиках, разработчиках требований, процессных аналитиках, менеджерах по продуктам, менеджерах проектов, бизнес-архитекторах.
В общем это любой специалист, который способен решать ряд необходимых задач: управлять проектами, разрабатывать ПО, следить за качеством и проектировать взаимодействие.

В обязанности аналитиков входят анализ и оценка бизнеса, синтез информации, предоставленной большим количеством лиц, связанных с компанией, к примеру, заказчиками, рабочим персоналом, ИТ-специалистами, руководителями.
Бизнес-аналитик выявляет, чего на самом деле хотят заинтересованные лица, а не просто опирается на озвученные ими пожелания.
В ряде случаев бизнес-аналитик действует, стремясь облегчить коммуникацию между организационными отделами. Ключевая роль бизнес-аналитиков состоит в согласовании потребностей бизнес-подразделений и возможностей их реализовать при помощи IT. Также аналитики могут выступать в качестве «переводчиков» между разработчиками и бизнесом.
Для чего проводят анализ бизнес-целей
Бизнес-аналитики нацелены на достижение таких результатов, как:
Снижение расходов.
Поиск решения проблемы.
Своевременное окончание проектов.
Повышение эффективности.
Отражение правильных требований в документах.

Основные задачи бизнес-анализа
предоставлять достоверные сведения в нужном разрезе для вынесения решений по управлению;
определять, насколько в данный момент эффективны бизнес-процессы;
оценивать потребности бизнеса, текущие и стратегические требования компании к эффективной организации бизнес-анализа;
формировать стратегию развития предприятия в целом и его самостоятельных направлений;
намечать пути реализации целей;
оценивать, нужно ли корректировать внутренние и внешние процессы;
оценивать и контролировать риски развития;
обеспечивать координированную работу всех отделов.
Анализ бизнес-среды для реализации идеи
В рамках анализа бизнес-среды эксперты исследуют и анализируют рынок, конкуренцию на нем и т.д. Цель рыночных исследований — установить, кто уже сегодня является потребителем продуктов, услуг компании, а также наметить потенциальных клиентов. Эксперты определяют приоритеты человека при совершении покупок: качество, стоимость, сроки, точность, надежность доставки, сервис и т.д.
В процессе исследования сегментируется рынок, устанавливаются объемы и емкость рынков по продукции. Сегментация рынка в данном случае — выделение самостоятельных частей рынка с различными характеристиками спроса на продукцию или услуги. То есть покупатель
Емкость рынка — это объем проданных на рынке продуктов за определенный временной отрезок. В рамках планирования емкость рынка рассчитывают в денежном или натуральном эквиваленте.
Если компания знает, какая у рынка емкость, и как она будет меняться в дальнейшем, то может оценивать уровень перспективности рынка в течение запланированного периода.
Допустим, рынок, емкость у которого несущественная, если сравнивать ее с производственной мощностью компании, не является перспективным. В этом случае прибыль от реализации может не покрыть затраты на выход на торговую площадку и изготовление товаров.

Емкость рынка рассчитывается разными способами. Определяя количество потребительских товаров, специалисты анализируют факторы, влияющие на формирование покупательского спроса. Здесь могут иметь место такие факторы, как:
численность населения региона, их возраст и пол;
уровень доходов и структура потребительских расходов граждан;
политика оплаты труда.
Емкость рынка — показатель динамичный, на его формирование влияет ряд факторов. Основу его составляет соотношение между спросом и предложением на планируемый товар.
Обобщающий показатель, характеризующий уровень спроса и предложения, — это конъюнктура рынка. Именно она позволяет предсказать характер дальнейшего развития, что само по себе очень важное условие для составления прогноза вероятного объема продаж при планировании.
Программу оценки действующей рыночной конъюнктуры определяют особенности продукта, характер деятельности компании, производственный масштаб конкретного товара и иные параметры.
В рамках комплексного подхода к изучению рыночной конъюнктуры используются разные, дополняющие друг друга информационные источники, совокупность аналитических методик и способов прогнозирования.
Анализ бизнес-среды позволяет ответить на следующие вопросы: кто, по какой причине, в каком количестве и в какое время захочет приобрести товар завтра, в ближайшие дни и в целом в ближайшие два, три года и т.д. Кроме того, здесь:
анализируют, насколько быстро товар или услуга укрепится в рыночной среде, аргументируют его потенциал для последующего расширения;
оценивают ключевые факторы, от которых зависит расширение рынка (к примеру, тенденции в развитии отрасли, региона, экономическую политику в регионе и на федеральном уровне, создание конкуренции и т.д.);
отслеживают и оценивают главных конкурентов. Выделяют и анализируют недостатки и преимущества конкурентов и непосредственно разработчика бизнес-плана, способность выпускаемых продуктов или услуг конкурировать с аналогами;
на основании оценки преимуществ выпускаемых продуктов и услуг определяют вероятный уровень продаж в натуральном или денежном эквиваленте.
Действенные методы анализа рынка бизнеса
Чаще всего информацию собирают и анализируют при помощи:
наблюдения;
опроса;
эксперимента;
моделирования.
Наблюдение — эффективный метод, основу которого составляет систематический сбор данных о состоянии потребительских рынков, а также ретроспективный анализ и прогноз таких показателей, как:
емкость рынка;
число поставщиков однотипных товаров;
объем сбыта в натуральном и денежном выражении;
развитие сбыта конкретных товарных категорий;
скорость сбыта;
запасы товаров в каналах сбыта и т.д.
Как показывает практика анализа рыночной конъюнктуры, именно благодаря наблюдению можно наиболее объективно и достоверно оценить ситуацию. В этом смысле метод превосходит другие способы сбора данных, поскольку позволяет изучать поведение объекта исследования в реальном времени и обеспечивает высокую представительность результатов.

В ходе опроса специалист, который проводит анализ бизнеса, в устной или письменной форме обращается к сотрудникам компании, потребителям или клиентам и задает им вопросы по теме исследования.
Опрос дает возможность выявить систему предпочтений покупателей при выборе продукции, узнать, почему они возвращают или отказываются покупать товар. Опрос может иметь форму анкетирования или интервью.
В ходе эксперимента специалисты исследуют, как один фактор влияет на другой в реальной обстановке. В процессе анализа рынка он позволяет раздельно наблюдать за тем, как воздействуют разные факторы, насколько реалистичны условия, а также контролировать посторонние факторы.
Эксперимент позволяет установить причинно-следственную связь при изменении в контролируемых условиях одного или нескольких факторов, например, повышение уровня продаж при понижении цены.
В экспериментах могут участвовать как реальные объекты, так и искусственные модели. При анализе рынка чаще всего пользуются экономико-математическим моделированием, позволяющим создавать такие аналоги изучаемых объектов, где отражены все их ключевые качества, а второстепенные, незначительные в рамках эксперимента не берутся в расчет.
Самостоятельный анализ бизнес-планирования
Анализировать бизнес-план необходимо для оценки ожидаемой эффективности вложения средств на основании документально отраженной информации.
Априори качественный бизнес-анализ данных больше всего интересует потенциального инвестора. Ему крайне важно верно оценить, эффективен ли проект или компания, куда он планирует вложить собственные средства.
Если проект сложный и объемный, когда создание бизнес-плана поручают специализированным компаниям или решают данную задачу самостоятельно, оценка данного документа требуется также руководству компании или проекта.
Для объективного анализа эффективности созданного бизнес-плана стоит уделить внимание ряду важных моментов:
Даты старта проекта и начала периода бизнес-планирования должны быть позже даты изучения вашего плана.
Чтобы грамотно составить бизнес-план, воспользуйтесь специальным программным обеспечением, например, Project Expert или Альт-Инвест. Благодаря им время на рассмотрение проекта гарантированно сокращается. Если расчеты ведутся вручную или используются другие ПО, процесс может затянуться на неопределенный срок.
Проверьте цены и типы в каждом из расчетов. Удостоверьтесь, что все вычисления в рамках бизнес-планирования производились в сопоставимых величинах. При этом как текущие, так и постоянные были определены с НДС и без него.
Проконтролируйте связь типологии цен с дисконтированной ставкой: если используются постоянные тарифы, то норма дисконтирования — около 30-40 %, не больше. Если выбраны текущие тарифы, то расчеты непременно ведутся с учетом инфляции.
Убедитесь в том, что при бизнес-планировании использовалась ставка кредитования ниже ставки Центробанка РФ. То есть проект с расчетной ставкой 26 % при реальной, равной 13 %, явно устарел, а потому не даст результата.
Оцените внутреннюю норму прибыльности от бизнеса в соответствии с проектом. Обычно она выше ставки кредитования примерно на 14 %. Но если вы отметите, что норма оказалась более 100 %, корректируйте документацию. Вы ошиблись в расчетах или запланировали слишком высокие расценки.
Эффективное бизнес-планирование выполняется при адекватном уровне налоговых ставок, в частности, когда налог на прибыль предприятия не превышает 35 %.
Вам необходимо оценить качество и глубину описания рынка, а также раздел, где обосновывается планируемый спрос на ваш товар или услугу.

Точки безубыточности проекта непременно стоит составлять с реальными убытками компании. Следует детально пересмотреть все переменные, участвующие в расчете чувствительности.
При анализе бизнес-планирования необходимо перепроверить кредитный договор, его условия, достоверность по части процентов, сроков и т.д.
Если в готовой документации отсутствуют расчеты, не оценена финансовая и общехозяйственная эффективность всего проекта, то его срочно нужно исправлять и дорабатывать.

Источник:
https://sales-generator.ru/blog/biznes-analiz/?ysclid=liiqs581sy251338135

Вопросы для самоподготовки:

1.Что такое коммерциализация?
2. Дайте определение бизнес-анализу

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 4 Продажи гостиничных продуктов/ Тема 4.1 Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства
3. Цели занятия.
- Сформировать представление о технологии контакта с клиентом.

4.Структура лекционного занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технология контакта с клиентом.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Покупательское поведение.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Стимулирование клиента на продажу.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В настоящее время можно говорить о двух формах продажи гостиничных услуг:

прямая продажа индивидуальным клиентам;

прямая продажа корпоративным структурам;

продажа через рыночных посредников.

К *индивидуальным клиентам* относят гостей, бронирующих место в гостинице от себя и за свой счёт (транзитные гости, «гости с улицы», совершающие покупку гостиничных услуг у стойки регистратора). Эти гости готовы к покупке номеров по полному тарифу, не имея возможности для выбора и сравнения номеров. Поэтому, менеджмент гостиниц сознательно не продает номера по предварительным заявкам, оставляя их дорогим гостям с улицы. Индивидуальным клиентам продают номера по базовым тарифам (Rack Rate), либо по тарифу с минимальной скидкой (Flexiblerate). Первый тариф является неизменным и отличается максимально высокой стоимостью номера. Персонал службы приёма и размещения подробно инструктируется о том, как вести себя и выгодно продать номер индивидуальным клиентам. Так:

начинать продажи транзитным гостям необходимо надо с предложения полного базового тарифа;

в зависимости от реакции гостя цена может меняться и быть зафиксированной на приемлемом для каждой стороны уровне;

не допустимо предлагать цену ниже уровня, установленного руководством отеля для данной категории гостей в текущий момент времени.

Совокупный объём продаж данному сегменту рынка не превышает 5 – 10% от общего объёма сбыта гостиницы. Поэтому, многие хотельеры акцентируют внимание на работе с корпоративными клиентами. Корпоративным клиентом в гостинице является любая непосредническая организация, бронирующая номера от своего имени для своих сотрудников, партнёров, клиентов за свой собственный счёт. Это иностранные и отечественные фирмы, авиакомпании, посольства государств. Взаимодействие гостиницы и корпоративных клиентов исключает возможность наличия посредников в цепи сбыта. Менеджменту гостиниц, работающему с корпоративными клиентами, следует учитывать факторы, влияющие на выбор того или иного отеля:

Расположение гостиницы. Большинство компаний предпочитают те отели, которые находятся вблизи их офисов и представительств. Для них важно, чтобы отель располагался в центральной части города. Это выгодно с точки зрения экономии времени и организации досуга сотрудников.

Безопасность пребывания в отеле. Системы видеонаблюдения, ограничения доступа посторонних людей – главные требования корпоративных клиентов.

Оборудование и оснащение номера. Простор, широкая кровать, наличие рабочего стола, спутникового ТВ, Интернет в номере.

Питание. Завтрак (шведский стол) в ресторане, включённый в стоимость номера, возможность заказа питания в номер круглосуточно.

Дополнительные бизнес-услуги в отеле предполагают наличие бизнес-центра для проверки электронной формы, отправки и получения факсов, бесплатная доставка утренних газет, аренда переговорных комнат.

Прочие дополнительные услуги – аренда транспорта с водителем, заказ авиа- и железнодорожных билетов в отеле, билетов в театр, услуги по стирке, химчистке.

Рекреационные услуги в отеле – наличие оздоровительного клуба (тренажерного зала, бассейна, сауны).

Работа с корпоративными клиентами базируется на следующих принципах:

-понимание особенностей структуры организации бизнес-поездок в компании

-личное знакомство с сотрудниками, ответственными за координацию поездок;

-знание бюджета компании на размещение и проведение мероприятий в гостинице;

-непрерывное управление корпоративной базой (пересмотр цен, условий сотрудничества), поиск новых корпоративных клиентов

Корпоративный тариф предоставляется корпоративным клиентам на определённый период времени под обязательства предоставления конкретного количества номеро-ночей в рамках промежутка времени.

Тарифы для сотрудников туристских компаний, авиалиний – специальные низкие тарифы, по которым менеджмент гостиниц продаёт номера персоналу сотрудничающих с ними туркомпаний или авиалиний.

Тарифы для размещения делегаций, осуществляющих инспекцию отеля – сниженные тарифы для представителей компаний, заинтересованных в заключении долгосрочного контракта с отелем или размещении группы.

На рынке гостиничных услуг работают следующие типы посредников :туристские операторы; оптовые продавцы; туристские агентства; Интернет- посредники.

Возникновение подобных видов посредников связано с тем, что гостиничная услуга – часть туристского продукта, формируемого туроператорами и реализуемого турагентами. По характеру работы с туристами туроператоры классифицируются на 2 вида*: инициативные и рецептивные.*

Инициативные отправляют туристов своей страны за границу по договорённостям с рецептивными (принимающими) сторонами или с поставщиками услуг принимающей страны.

Рецептивные – операторы приёма, формирующие программы обслуживания в своей стране и использующие прямые договора с поставщиками услуг.

По степени охвата аудитории и направленности деятельности туроператоры подразделяются на: групповые ; автобусные; туроператоры экскурсионных/образовательных программ; тематические; медиатуроператоры.

Туроператоры выкупают номера в гостиницах по «Ad hoc» запросам или турсериям.

«Ad hoc» запрос – это запрос на размещение групп туристов в гостинице, который не является частью комплексного запроса с фиксированными датами и размером заказа. Из-за высокой сложности планирования таких заказов цены на проживание достаточно высоки.

Турсерия – комплексный заказ на размещение нескольких групп туристов с фиксированными датами и размером группы. Параметры турсерии сообщаются в отель за год или полгода и являются обычно неизменными, поэтому цены, как правило, относительно невысоки.

Источник: https://studfile.net/preview/8967533/page:52/

Вопросы к обсуждению:

1.Назовите основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства
2.Что такое сегментация рынка?

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 4 Продажи гостиничных продуктов/ Тема 4.2 Работа менеджера по продажам с клиентами

3. Цели занятия.

- Сформировать представление о технологии контакта с клиентом.

4.Структура лекционного занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Анализ продаж продукта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Матрица BCG и матрица Ансоффа.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

На сегодняшний день до 25% вакансий на рынке труда принадлежит специалистам по продажам. Именно они встречают клиентов, предоставляют им услуги. На sales-менеджерах лежит самая большая ответственность за имидж и успех фирмы. Каждую минуту, каждую секунду в мире продаются тысячи тонн товаров, заключаются сделки на услуги и оформляются миллионы бумаг. Все это требует огромной армии консультантов, торговых и рекламных агентов, менеджеров по продажам. Они делают свою нелегкую работу для того, чтобы в нужное время, в удобном месте вы могли бы купить все необходимое. Это непростая работа и она требует серьезной профессиональной подготовки и, если хотите, таланта.

Мы привыкли к изобилию товаров на прилавках магазинов, к предложению множества услуг и воспринимаем это уже как норму жизни. В таких условиях работа менеджера по продажам требует особого подхода, знание психологии и приобретает особое значение.

Так какие требования предъявляют работодатели менеджеру по продажам?

Ответ на данный вопрос мы попытаемся выяснить в данной работе.

1. Характеристики менеджера по продажам

1.1 Профессиональные качества, выделяемые экспертами

Профессиональный менеджер по продажам во время презентации продукта должен не только продать сам продукт как таковой, но и продемонстрировать профессионализм и преимущества компании, которую он представляет. Безусловно, он должен знать, как найти подход к каждому клиенту, ведь невозможно продать один и тот же продукт разным клиентам, одинаково его презентуя. Поэтому профессиональный sales-менеджер должен знать и уметь пользоваться различными техниками продаж. Елена Иванова, консультант по персоналу в сфере “IT/Telecom» компании “Империя Кадров»: “Идеальный кандидат на позицию менеджера по продажам должен обязательно иметь опыт успешных продаж и досконально знать свой профильный рынок, основных поставщиков и всех потенциальных клиентов. Также идеальный sales-менеджер должен уметь грамотно вести переговоры, находить и устанавливать контакты с новыми клиентами, а также заниматься послепродажным ведением клиентов, т.е. поддерживать с ними деловые отношения. Менеджер по продажам в сфере информационных технологий должен, безусловно, знать свой продукт и уметь пояснить покупателю его достоинства, преимущества и необходимость».

Идеальным считается наличие у кандидата на позицию менеджера по продажам наличие собственной клиентской базы, разумеется, в сфере, с которой ему, возможно, предстоит работать, а также наличие коммерческих связей и прочих деловых контактов. Основные требования к профессионалам в сфере продаж довольно стандартны для каждого направления бизнеса. Поскольку высшего образования по профессии менеджер по продажам в нашей стране до недавнего времени не существовало, работодателями в основном цениться диплом технического ВУЗа, в идеале оно должно совпадать с профилем деятельности компании. Опыт работы не менее 2-х лет, хотя как рассказывает Владимир Суханов, консультант по персоналу в сфере “Строительного бизнеса» компании “Экспресс-Персонал»: “Учитывая специфическую жесткость и динамичность строительного рынка в России, идеальный кандидат на позицию менеджера по продажам должен иметь опыт работы не менее 3-х лет, при условии, что это были успешные продажи. Это объясняется тем, что новички, приходящие в строительные компании в качестве sales-менеджера первые полгода тратят только на освоение рынка и продукции, затем они начинают медленно, но верно нарабатывать связи, находить клиентов и совершать продажи. Вот, почему для профессионального менеджера по продажам недостаточно иметь опыт работы от 1-2 лет. По той же причине кандидаты на должность sales-менеджера должны обладать напористым, твердым характером и уметь отлично убеждать партнеров в совершенстве предлагаемой продукции».

Требования к иностранным языкам для менеджеров по продажам зависят, как правило, от работодателя. В основном знание английского языка является обязательным лишь в западных компаниях, для российских же работодателей владение иностранным языком требуется в

зависимости от сферы деятельности компании. Как рассказывает Андрей Скавронский, консультант по персоналу в сфере “Нефти и Газа» компании “Империя Кадров»: “Менеджер по продажам оборудования на нефтегазовом рынке должен обязательно знать английский язык, поскольку большинство клиентов и поставщиков на российском рынке в данной сфере являются иностранные компании».

Личностные качества идеального кандидата на позицию sales-менеджера практически не различаются по направлениям деятельности компании, хотя свои особенности есть в каждой сфере рынка. Михаил Кузьмин, консультант по персоналу в сфере коммерческой недвижимости компании “Империя Кадров»: “Профессиональный менеджер по продажам должен быть активным и очень общительным. Идеального sales-менеджера можно легко отличить по огоньку в глазах, неподдельному интересу к выпускаемой продукции и отличной мотивации к работе. Он должен также иметь грамотную устную речь, и презентабельную внешность, поскольку ему часто приходится общаться и вести переговоры с первыми лицами компаний-клиентов». Как считает Андрей Скавронский: “Профессионал в сфере продаж должен быть заряжен на успех, иметь собственную мотивацию к достижениям положительных результатов в свой работе, а также уметь располагать к себе своих партнеров, чувствовать настроение собеседника». Также к личностным характеристикам идеального менеджера по продажам относятся дар убеждения, обаяние, высокие коммуникативные навыки и умение общаться с клиентом в любых ситуациях.

Менеджеры по продажам – самая востребованная позиция в любой компании, т.к. именно от этих людей зависит прибыль компании. Какую бы замечательную продукцию она ни производила, все ее усилия сойдут на нет без клиентов. Однако, не смотря на то, что таких специалистов довольно много на рынке труда, найти настоящего профессионала бывает довольно сложно. Портрет идеального кандидата на позицию менеджера по продажам является эталоном, на который должны ровняться все работодатели и рекрутеры современного бизнеса.

1.2 Выделение характеристик на основе исследования

Общеизвестный факт, что успешный «продажник» помимо определенных навыков должен обладать определенными компетенциями, которые гарантируют успешность деятельности.

Компанией Event Дизайн было проведено исследование[1], направленное на определение этих компетенций и рассмотрение требований, предъявляемых ведущими, успешными компаниями к личностно-деловым качествам специалистов, претендующих на должность менеджер по продажам.

Менеджер по продажам – это специалист способный инициировать, организовать процесс продаж и влиять на него с целью получения прибыли.

Цельисследования: составить профиль ключевых компетенций «идеального» кандидата на должность «менеджер по продажам», отражающий профессиональные и личностно-деловые качества необходимые для эффективного выполнения поставленных перед ним задач.

Результаты исследования показали, что компании выделяют следующие требования к личностно деловым качествам специалиста, претендующего на должность «менеджера по продажам»:

№	Название качества	Количество выборов (%)
1.	Коммуникативность	84

2.	Навык ведения переговоров	61
3.	Активность, инициативность	81
4.	Дисциплинированность, организованность	46
5.	Ответственность	44
6.	Представительность	22
7.	Нацеленность на результат	44
8.	Исполнительность	16
9.	Лояльность	24
10.	Обучаемость	24
11.	Стрессоустойчивость	20
12.	Динамичность	10
13.	Клиентоориентированность	6
14.	Гибкость в общении	4
15.	Трудолюбие	8
16.	Творческий подход	6
17.	Доброжелательность	10
18.	Умение работать в команде	4
19.	Внимательность	6
20.	Склонность к анализу	6
21.	Уверенность	6
22.	Аккуратность	4
23.	Порядочность	4
24.	Предприимчивость	2

После анализа полученных данных можно составить «идеальный» профиль ключевых компетенций специалиста на должность «менеджер по продажам»:

№	Компетенция (критерий)	Описание
1.	Коммуникабельность	— способность входить в контакт, поддерживать его и завершать.
2.	Активность, инициативность	— способность проявлять инициативу, активная жизненная позиция, способность влиять на внешнюю среду
3.	Навык ведения переговоров	— способность и стремление достигать результата на основе взаимопонимания в процессе непосредственного делового общения
4.	Нацеленность на результат	— способность прилагать усилия и сохранять активность для достижения поставленных целей и задач.
5.	Гибкость в общении	— способность адекватно использовать разнообразные коммуникативные средства в различных ситуациях.
6.	Ответственность	— способность принимать ответственность («внутренний локус контроля»). Способность самостоятельно принимать решения и брать на себя ответственность за их реализацию. Способность осознать и принять собственную вину при не верно принятом решении.
7.	Обучаемость	— способность к обучению, открытость к новой информации. Способность применить, использовать имеющиеся знания и опыт в других условиях.
8.	Динамичность	— свойство мышления, отражающее скорость восприятия, переработки и воспроизведения информации.
9.	Лояльность	— способность принимать и разделять цели и ценности

	компании, как свои собственные.
10.Клиенториентированность	— способность понимать потребность клиента и стремиться их удовлетворить.
11.Представительность	— способность расположить к себе в процессе общения.
12.Стрессоустойчивость	— способность выдерживать большие эмоциональные нагрузки, умение восстанавливаться после стрессовой ситуации и сохранять работоспособность.
13.Исполнительность	— готовность принять и реализовать поставленные задачи
14. Дисциплинированность и организованность	— способность и стремление действовать в соответствии с правилами в рамках определенной компетенции и полномочий, выполнять заданные условия и требования.

2. Мотивация менеджеров по продажам

Мотивация менеджеров по продажам, или как сделать так, чтобы они работали?

Каждый раз, когда приходишь в какую-либо компанию познакомиться с коллективом будущих участников тренинга Мастерство продаж, видишь одну и ту же картину – сидят менеджеры и совершенно серьезно что-то разглядывают в своих мониторах. Откуда бы там взяться новым Клиентам и новым контрактам?

Мы говорим только о вполне серьезных и успешных компаниях. Понятно, что иные и вовсе не думают о своих сотрудниках и их профессионализме, поэтому в этих конторах мы просто не бываем. Так что же происходит?

В настоящее время выдумана тысяча схем мотивации персонала в зависимости от задач организации или представлений руководителей, начальников отделов продаж и сотрудников отделов кадров. Бесконечное сочетание попыток заинтересовать сотрудников в расширении клиентской базы, в поиске клиентов с определенными объемами заказов и прочее. Но прежде, чем серьезно думать о том, как сочетать стабильный оклад, прибавки за продажи и за привлечение новых покупателей так, чтобы при этом менеджеры еще и реально работали, попробуем все-таки определиться, что же мешает сотрудникам заняться своим делом и начать, наконец, продавать.

2.1 Почему сотрудники не хотят активно работать

Утро в офисе. В самом явном случае оно начинается с перекура или чашки кофе. Но это может заметить руководство. А как на счет того, чтобы пересмотреть гору спама, пришедшую за ночь на свой и корпоративный почтовый ящики, перечитать все новости, заглянуть на сайт организации и ряд других, сделать еще массу «важных» и при этом абсолютно бесполезных дел? Все, что угодно, вместо того, чтобы проявить мастерство, и ухватить, наконец, свою птицу счастья в лице того самого «золотого» Клиента.

Так почему же менеджеры делают все, что угодно, но только не продают? В основе нашего поведения лежит все тот же древний фундамент, первые раскопки которого проводил наш соотечественник – русский физиолог Павлов. В частности, один из опытов состоял в том, чтобы перед тем, как кормить собаку, звонили в колокольчик. А потом, когда реакция закреплялась, вместо еды животному предлагалось измерение физиологической реакции. Потому что у животного вырабатывается реакция ожидания в ответ на повторяющиеся стимулы. А когда в процессе эволюции оно становится человеком, то те же самые механизмы защищают нашу

жизнь от многих ситуаций, которые иначе были бы крайне опасны. Так, единожды коснувшись чего-то горячего, ребенок уже знает, что это такое. И не полезет, скажем, к плите или к только что вскипевшему чайнику. А когда ребенок вырастает и в процессе уже своей эволюции превращается даже в самого профессионального менеджера, то он не очень-то стремится взять в руки не только горячий чайник, но и телефонную трубку для холодного звонка. Он не то, что боится, конечно, чайника или трубки. В серьезном случае у человека выработалась бы фобия (которая, как правило, имеет подобное происхождение) перед объектами или явлениями, которые однажды причинили ему серьезный вред. Но, скажем так, менеджер «остерегается» электроприборов, выбранных нами в качестве примера.

— Ну как, давайте попробуем сделать по 10 холодных звонков для начала?

— Сейчас, только выпью чашку кофе…

— Нет, коллеги, давайте наоборот. Сначала норма звонков, а потом, поощряя себя за смелость и решительность, кофе.

Попробуем рассмотреть другую ситуацию. Если продолжить эксперименты в павловском стиле, то оставим кусочек мяса на столе и уйдем на какое-то время так, чтобы подопытная собака не предполагала, что мы можем вернуться в обозримом для нее будущем. Она его съест без спроса? Если да, то спустя полчаса, вернувшись, опять-таки щелкнем ее по носу. Отучит ли это ее брать со стола мясо в нашем отсутствии? Очевидно, нет. Для тех, кто думает, что люди другие, мы предлагаем сходить в курилку и посмотреть, сколько человек получает удовольствие здесь и сейчас. Хотя они определенно знают, что за это придется расплачиваться в будущем (вы часто видите мужчин, которым лет шестьдесят пять и которые курят? Нет? А знаете, почему? Потому что они все умерли в более раннем возрасте!)

Из всего этого напрашивается вывод, что наиболее сильным оказывается обусловливание, как это называется научно, которое «подкреплено» (поощрение или наказание) как можно раньше. Именно поэтому никакая, даже самая серьезная, прибавка к окладу в конце месяца, а тем более в конце квартала или по результатам года, не может перекрыть какого-то десятка щелчков по носу, которые получает менеджер по продажам во время холодных звонков прямо сегодня. Вот и получается, что даже самый профессиональный сотрудник работает в полсилы.

Даже более того, представим себе ситуацию, когда руководство вдруг решило бы платить сотрудникам… в три раза больше, соответственно, повысив «план выработки». Может быть, в результате руды и стало бы больше на какое-то время, но количества урана на выходе осталось бы примерно столько же. Потому что дело вовсе не в стимуляции, а в том, что у каждого сотрудника при существующей системе работы есть определенный внутренний предел, за которым деятельность принимает чисто формальный характер.

Таким образом, вознаграждение за проделанную работу в конце месяца может быть справедливым или несправедливым (в этом случае поздно или рано лучшие сотрудники найдут себе другое место работы), но оно может иметь относительно мало влияния на мотивацию. То же самое справедливо и относительно пресловутого соцпакета. Возможно, он станет решающим, чтобы бухгалтер, секретарь или менеджер любого другого подразделения держались за свое место. Но он никак не повлияет на желание менеджера по продажам отсидеться, вместо того, чтобы активно работать.

Что же мы можем, и что не можем со всем этим сделать? Очевидно, если активно искать Клиентов, устанавливать контакты, звонить, заходить, посылать, предлагать, то и отказов будет не мало. Причем, достаточно часто неинтеллигентных и, прямо скажем, процентов десять –

просто хамских. То есть при хорошей работе отрицательное обусловливание в той или иной степени будет присутствовать всегда.

Источник:

https://ronl.org/referaty/menedzhment/158819/?ysclid=liira68p7z105696961

Вопросы для самоподготовки:

1.Назовите профессиональные качества менеджера по продажам
2. Перечислите Виды стимулирования продаж.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства.
2. Раздел 1 Индустрия гостеприимства: понятие, особенности, результаты /Тема 1.1 Основные понятия индустрии гостеприимства и особенности.
3. Цели занятия.
- Раскрыть основные положения управления структурными подразделениями объектов сферы гостеприимства и общественного питания.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Индустрия впечатлений – как молодая, высокодоходная и постоянно развивающаяся отрасль экономики и как вид бизнеса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Проблемы туристической отрасли.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Качество туристической инфраструктуры и сервиса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к разделу 1

Темы вопросов для обсуждения:

1. Туриндустрия, ее состав и особенности.

2. Туристские затраты, факторы производства турпродукции (труд, земля, капитал).
3. Социально-экономические показатели и уровень развития туризма в РФ.
4. Мультипликационный эффект в туризме. Роль и значение статистики в туризме
5. Туризм как социально-экономическая система.
6. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм.
7. Туризм как социально-экономическая система.
8. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм.
9. Природные факторы, их значение в туризм.
10. Рынок туруслуг, виды рынков. Туристский спрос и туристское предложение
11. Характеристики туристского спроса.
12. Методы прогнозирования рынка туруслуг.
13. Рыночные механизмы регулирования туризма
14. Факторы влияющие на решение о новом продукте .
15. Пробный маркетинг.
16. Коммерциализация
17. Концепция «4Р» маркетинга впечатлений (Салливан и Шпенглер) и ее практическое применение.
18. Основные концепции маркетинга.
19. Социально-этическая концепция маркетинга.

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства.
2. Раздел 1 Индустрия гостеприимства: понятие, особенности, результаты /Тема 1.2 Маркетинг индустрии гостеприимства

3. Цели занятия.

- Раскрыть основные положения управления структурными подразделениями объектов сферы гостеприимства и общественного питания.

4.Структура практического занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Поведенческо-психологические основы впечатлений и их влияние на маркетинг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности разработки и использования комплекса продвижения для создания незабываемых впечатлений.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Концепция «4Р» маркетинга впечатлений (Салливан и Шпенглер) и ее практическое применение.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

Задания к разделу 1

Темы вопросов для обсуждения:

1. Туриндустрия, ее состав и особенности.
2. Туристские затраты, факторы производства турпродукции (труд, земля, капитал).
3. Социально-экономические показатели и уровень развития туризма в РФ.
4. Мультипликационный эффект в туризме. Роль и значение статистики в туризме
5. Туризм как социально-экономическая система.
6. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм.
7. Туризм как социально-экономическая система.
8. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм.
9. Природные факторы, их значение в туризм.
10. Рынок туруслуг, виды рынков. Туристский спрос и туристское предложение

11. Характеристики туристского спроса.
12. Методы прогнозирования рынка туруслуг.
13. Рыночные механизмы регулирования туризма
14. Факторы влияющие на решение о новом продукте .
15. Пробный маркетинг.
16. Коммерциализация
17. Концепция «4Р» маркетинга впечатлений (Салливан и Шпенглер) и ее практическое применение.
18. Основные концепции маркетинга.
19. Социально-этическая концепциямаркетинга.

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства.
2. Раздел Проектирование гостиничных продуктов/Тема 2.1Гостиничный продукт: понятие, структура, уровни

3. Цели занятия.

- изучить особенности туристского деятельности и туристского продукта.

Структура практического занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	**Методы и средства обучения**
1	Особенности туристского деятельности и туристского продукта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Разработка продукта (товара) и управления им.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

Задания к разделу 2

Темы вопросов для обсуждения:

Понятие нового продукта и уровень новизны. Причины успеха и неудач новых продуктов. Процессы и этапы разработки нового продукта. Поиск новых идей и превращение идеи в товар. Первоначальный отбор идей товара. Методы функционального анализа. Разработка концепции товара. Разработка прототипов продукта. Подготовка производства нового товара.Методы тестирования нового продукта: внутри компании и на рынке: тест потребителя, тест предпочтений, пробные продажи и др. создание окончательной бизнес-модели перед запуском массового производства. Запуск производства нового товара. Процесс принятия товара потребителями.

1. Брендинг и управление торговыми марками. Бренд: основные термины и определения.
2. Понятие, элементы и ценностьторговыхмарок.
3. Роль торговой марки и возможностибрендинга.
4. Виды товарных марок. Характеристики лучшихт орговых марок. Процесс создания новой торговой марки.
5. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочныхтоваров.

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства.

2. Раздел 2 Проектирование гостиничных продуктов/Тема 2.2 Разработка гостиничного продукта: этапы, процесс

3. Цели занятия.

- изучить особенности туристского деятельности и туристского продукта.

4.Структура практического занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разработка новых продуктов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Дистрибьюторы и поставщики.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Разработка концепции нового товара и ее проверка	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Понятие нового продукта и уровень новизны. Причины успеха и неудач новых продуктов. Процессы и этапы разработки нового продукта. Поиск новых идей и превращение идеи в товар. Первоначальный отбор идей товара. Методы функционального анализа. Разработка концепции товара. Разработка прототипов продукта. Подготовка производства нового товара.Методы тестирования нового продукта: внутри компании и на рынке: тест потребителя, тест предпочтений, пробные продажи и др. создание окончательной бизнес-модели перед запуском массового производства. Запуск производства нового товара. Процесс принятия товара потребителями.

1. Брендинг и управление торговыми марками. Бренд: основные термины и определения.
2. Понятие, элементы и ценность торговых марок.
3. Роль торговой марки и возможностибрендинга.
4. Виды товарных марок. Характеристики лучших торговых марок. Процесс создания новой торговой марки.
5. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства.
2. Раздел 3 Управление гостиничных продуктов/ Тема 3.1 Разработка стратегии маркетинга.

3. Цели занятия.

- Раскрыть основные положения разработки и управления товарными стратегиями продукта

4.Структура практического занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разработка и управление товарными стратегиями продукта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

2	Понятие и сущность продуктовой стратегии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Элементы продуктовой стратегии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к разделу 1

Темы вопросов для обсуждения:

1. Перечислитецелиизадачиуправления продуктом?
2. Понятиепродуктовойплотикифирмы;
3. Причины возникновения иобоснованиесозданияорганизации;
4. Дайтеопределениетоваравсистememаркетинга;
5. Классификация товаров и услугиособенностиуправлениями.
6. Понятие и этапы жизненного циклатовара;
7. Перечислите этапы жизненный циклпродуктавмаркетинге;
8. Понятие жизненного цикла для целоготоварного класса, разновидности товараили конкретной марки;
9. Анализжизненногоциклатоварнойкатегории;

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 3 управление гостиничных продуктов/ тема 3.2 бизнес-анализ, коммерциализация.

3. Цели занятия.

- Раскрыть основные положения разработки и управления товарными стратегиями продукта

4.Структура практического занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разработка и управление товарными стратегиями продукта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятие и сущность продуктовой стратегии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Элементы продуктовой стратегии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Перечислите цели и задачи управления продуктом?
2. Понятие продуктовой политики фирмы;

3. Причины возникновения и обоснование создания организации;
4. Дайте определение товаров системе маркетинга;
5. Классификация товаров и услуги особенности управления ими.
6. Понятие и этапы жизненного цикла товара;
7. Перечислите этапы жизненный циклпродуктавмаркетинге;
8. Понятие жизненного цикла для целого товарного класса, разновидности товара или конкретной марки;
9. Анализ жизненного цикла товарной категории;

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 4 Продажи гостиничных продуктов/ Тема 4.1 Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства

3. Цели занятия.

- Сформировать представление о технологии контакта с клиентом.

4.Структура практического занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технология контакта с клиентом.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Покупательское поведение.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Стимулирование клиента на продажу.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции.
2. Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности.
3. Уровень рыночной конкуренции и методы определения конкурентов.
4. Сегментация рынка.
5. Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж.
6. Анализ конкурентов и потребителей.
7. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта.
8. Характеристика каналов товародвижения.
9. Мерчандайзинг как основной инструмент повышения продаж в розничных сетях.
10. Принятия решений по ценообразованию.
11. Коммуникационные программы.
12. Реклама как основной инструмент маркетинговых коммуникаций.
13. Управление каналами поставок.
14. Виды стимулирования продаж.

1. Управление проектами и продуктами в индустрии гостеприимства
2. Раздел 4 Продажи гостиничных продуктов/ Тема 4.2 Работа менеджера по продажам с клиентами

3. Цели занятия.

- Сформировать представление о технологии контакта с клиентом.

4.Структура практического занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Анализ продаж продукта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Матрица BCG и матрица Ансоффа.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции.
2. Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности.
3. Уровень рыночной конкуренции и методы определения конкурентов.
4. Сегментация рынка.
5. Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж.
6. Анализ конкурентов и потребителей.
7. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта.
8. Характеристика каналов товародвижения.
9. Мерчандайзинг как основной инструмент повышения продаж в розничных сетях.
10. Принятия решений по ценообразованию.
11. Коммуникационные программы.
12. Реклама как основной инструмент маркетинговых коммуникаций.
13. Управление каналами поставок.
14. Виды стимулирования продаж.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

Направление подготовки
«43.03.03 Гостиничное дело»

Направленность
«*Гостинично-ресторанная деятельность*»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.
- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.
- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала

РАЗДЕЛ 1. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ	
Тема 1.1. Концепция совместного создания ценностей	Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе. Концепция совместного создания ценностей в процессе производства и потребления услуг. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг. Опыт пользователя (или клиентский опыт). Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель-промуотер; потребитель-человеческий_ресурс). Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).
Тема 1.2. Принципы и основы дизайн-мышления	Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм). Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги. Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне. Карта пути клиента (CJM). Структура карты пути клиента или карты эмпатии.
РАЗДЕЛ 2. МЕТОДОЛОГИЯ ДИЗАЙН МЫШЛЕНИЯ	
Тема 2.1. Процесс дизайн-мышления	Гибкие методы проектирования. Этапы дизайн-мышления. Эмпатия. Фокусировка. Генерация идей. Выбор идей. Прототипирование. Тестирование. Дизайн мышление, Лин – стартап, Аджайл. Правила формулирования и проверки гипотез HADI цикла. Инструменты дизайн-мышления. Инструмент «Пирамида сервиса». Структура «Пирамиды сервиса» (гигиенический, функциональный, эмоциональный и предиктивный уровни). Инструмент Лего. Метод анализа 5 почему. Методика проведения. Метод мокасин. Метод 6 вопросов. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Картирование и визуализация услуги. Информационные технологии в прототипировании.
Тема 2.2. Апробация дизайн-решений в гостиничном бизнесе	Задачи и методы апробаций решений в сервис-дизайне. Способы исследования прототипа продукта или услуги. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги. Управление восприятием новой услуги, продукта. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции). Услуга, продукт как результат модернизации прототипа. Спецификация продукта, услуги. Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги. Этические и эстетические проблемы новых товаров и услуг (throw-away society, функционализм). Сравнение различных методик

	разработки новых товаров и услуг (lean start-up, customer development, running lean, design sprint, system engineering).

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических занятий:

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников – 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.
- Круглый стол – общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.
- Коллоквиум – (лат. colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Тема 1.1. Концепция совместного создания ценностей

1. Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе.
2. Концепция совместного создания ценностей в процессе производства и потребления услуг. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях.
3. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг.
4. Опыт пользователя (или клиентский опыт).
5. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).

Тема 1.2. Принципы и основы дизайн-мышления

1. Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна.
2. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги.
3. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм). Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги.
4. Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне.
   Карта пути клиента (CJM). Структура карты пути клиента или карты эмпатии.

РАЗДЕЛ 1. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Тема 2.1. Процесс дизайн-мышления

1. Инструмент «Пирамида сервиса». Структура «Пирамиды сервиса» (гигиенический, функциональный, эмоциональный и предиктивный уровни).
2. Метод анализа 5 почему. Методика проведения.
3. Метод мокасин. Метод 6 вопросов.
4. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе.
5. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей.

Тема 2.2. Апробация дизайн-решений в гостиничном бизнесе

1. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги.
2. Управление восприятием новой услуги, продукта.
3. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции).
4. Услуга, продукт как результат модернизации прототипа.
   Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами,

вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы,

умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;

- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль) Дизайн-мышление и проектирование гостиничного продукта

2. Раздел 1. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

3. Цели занятия – сформировать представление о дизайн-мышлении в современном проектировании новых продуктов и услуг

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе. Концепция совместного создания ценностей в процессе производства и потребления услуг. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг. Опыт пользователя (или клиентский опыт). Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель-промуотер; потребитель-человеческий_ресурс). Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).	Вводная лекция
2.	Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм). Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги. Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне. Карта пути клиента (CJM). Структура карты пути клиента или карты эмпатии.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия: сформировать представление о дизайн-мышлении в современном проектировании новых продуктов и услуг

1. Тема лекционного занятия. Концепция совместного создания ценностей

Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе. Концепция совместного создания ценностей в процессе производства и потребления услуг. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях. Концепции вовлечения потребителя в проектирование

продуктов и услуг. Опыт пользователя (или клиентский опыт). Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель-промуотер; потребитель-человеческий_ресурс). Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).
Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

2. Тема лекционного занятия. Принципы и основы дизайн-мышления

Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм). Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги. Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне. Карта пути клиента (CJM). Структура карты пути клиента или карты эмпатии.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

1. Дисциплина (модуль) Дизайн-мышление и проектирование гостиничного продукта

2. Раздел 2. МЕТОДОЛОГИЯ ДИЗАЙН МЫШЛЕНИЯ

3. Цели занятия – сформировать представление о методологии дизайн-мышления

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Гибкие методы проектирования. Этапы дизайн-мышления. Эмпатия. Фокусировка. Генерация идей. Выбор идей. Прототипирование. Тестирование. Дизайн мышление, Лин – стартап, Аджайл. Правила формулирования и проверки гипотез HADI цикла. Инструменты дизайн-мышления. Инструмент «Пирамида сервиса». Структура «Пирамиды сервиса» (гигиенический, функциональный, эмоциональный и предиктивный уровни). Инструмент Лего. Метод анализа 5 почему. Методика проведения. Метод мокасин. Метод 6 вопросов. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Картирование и визуализация услуги. Информационные технологии в прототипировании.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме
2.	Задачи и методы апробаций решений в сервис-дизайне. Способы исследования прототипа продукта или услуги. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги. Управление восприятием новой услуги, продукта. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции). Услуга, продукт как результат модернизации прототипа. Спецификация продукта, услуги. Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги. Этические и эстетические проблемы новых товаров и услуг (throw-away society,	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме Заключительная лекция

	функционализм). Сравнение различных методик разработки новых товаров и услуг (lean start-up, customer development, running lean, design sprint, system engineering).	

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия: сформировать представление о методологии дизайн-мышления

1. Тема лекционного занятия. Процесс дизайн-мышления

Гибкие методы проектирования. Этапы дизайн-мышления. Эмпатия. Фокусировка. Генерация идей. Выбор идей. Прототипирование. Тестирование. Дизайн мышление, Лин – стартап, Аджайл. Правила формулирования и проверки гипотез HADI цикла. Инструменты дизайн-мышления. Инструмент «Пирамида сервиса». Структура «Пирамиды сервиса» (гигиенический, функциональный, эмоциональный и предиктивный уровни). Инструмент Лего. Метод анализа 5 почему. Методика проведения. Метод мокасин. Метод 6 вопросов. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Картирование и визуализация услуги. Информационные технологии в прототипировании.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

2. Тема лекционного занятия. Апробация дизайн-решений в гостиничном бизнесе

Задачи и методы апробаций решений в сервис-дизайне. Способы исследования прототипа продукта или услуги. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги. Управление восприятием новой услуги, продукта. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции). Услуга, продукт как результат модернизации прототипа. Спецификация продукта, услуги. Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги. Этические и эстетические проблемы новых товаров и услуг (throw-away society, функционализм). Сравнение различных методик разработки новых товаров и услуг (lean start-up, customer development, running lean, design sprint, system engineering).

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль) Дизайн-мышление и проектирование гостиничного продукта

2. Тема практического занятия. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

3. Цели занятия. Сформировать компетенции в области дизайн-мышления при разработке и продвижении гостиничных услуг

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе. Концепция совместного создания ценностей в процессе производства и потребления услуг. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг. Опыт пользователя (или клиентский опыт). Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель-промуотер; потребитель-человеческий_ресурс). Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).	Опрос, круглый стол
2.	Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм). Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги. Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне. Карта пути клиента (CJM). Структура карты пути клиента или карты эмпатии.	Опрос, круглый стол

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия.

1. Тема практического занятия. Концепция совместного создания ценностей

Вопросы к обсуждению:

Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе. Концепция совместного создания ценностей в процессе производства и потребления услуг. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг. Опыт пользователя (или клиентский опыт). Понятие «сервис-дизайн» как

системная инновация в бизнесе. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель-промуотер; потребитель-человеческий_ресурс). Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).

Практические задания:

Тема 1. Что такое прикладная креативность? Какова история креативности? Что помогает и мешает креативности?

Тема 2. Каковы эффективные способы создания оригинальных решений? Какие существуют практики для преодоления творческого кризиса?

Тема 3. В чем заключается специфика дизайна креативных решений? Чем поможет прикладное креативное мышление для проектирования конкретных и специфичных гостиничных продуктов (повестки)?

2. Тема практического занятия. Принципы и основы дизайн-мышления

Вопросы к обсуждению:

Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм). Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги. Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне. Карта пути клиента (CJM). Структура карты пути клиента или карты эмпатии.

Практические задания:

Тема 1. В чем специфика дизайн-мышления для проектирования гостиничного продукта? Влияет ли на результативность использования метода его «бизнес-ориентированность»?

Тема 2. Каковы издержки применения метода в креативных командах? Каковы продуктивные возможности метода в сравнении с критическим и креативным мышлением? В чем особенности микродействий / мудборда / etc. как элемента процесса принятия решений?

Тема 3. Что такое проблема в оптике дизайн-мышления? Каковы издержки решения структурированных / неструктурированных проблем в процессе проектирования гостиничных продуктов? Как может быть применен принцип разумного минимализма в проектировании гостиничного продукта и применяется ли он в индустрии?

Требования к выполнению практического задания: изучение литературы и научных изданий по теме занятия

1. Дисциплина (модуль) Тренды в индустрии гостеприимства.

2. Тема практического занятия. Дизайн-мышление и проектирование гостиничного продукта

3. Цели занятия. Сформировать компетенции в области применения методов дизайн-мышления в профессиональной деятельности

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Гибкие методы проектирования. Этапы дизайн-мышления. Эмпатия. Фокусировка. Генерация идей. Выбор идей. Прототипирование. Тестирование. Дизайн мышление, Лин – стартап, Аджайл. Правила формулирования и проверки гипотез HADI цикла. Инструменты дизайн-мышления. Инструмент «Пирамида сервиса». Структура «Пирамиды сервиса» (гигиенический, функциональный, эмоциональный и предиктивный уровни). Инструмент Лего. Метод	расчетно-графическое задание (выполняется в малых группах)

	анализа 5 почему. Методика проведения. Метод мокасин. Метод 6 вопросов. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Картирование и визуализация услуги. Информационные технологии в прототипировании.	
2.	Задачи и методы апробаций решений в сервис-дизайне. Способы исследования прототипа продукта или услуги. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги. Управление восприятием новой услуги, продукта. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции). Услуга, продукт как результат модернизации прототипа. Спецификация продукта, услуги. Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги. Этические и эстетические проблемы новых товаров и услуг (throw-away society, функционализм). Сравнение различных методик разработки новых товаров и услуг (lean start-up, customer development, running lean, design sprint, system engineering).	коллоквиум

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия.

1. Тема практического занятия. Процесс дизайн-мышления

Вопросы к обсуждению:

Гибкие методы проектирования. Этапы дизайн-мышления. Эмпатия. Фокусировка. Генерация идей. Выбор идей. Прототипирование. Тестирование. Дизайн мышление, Лин – стартап, Аджайл. Правила формулирования и проверки гипотез HADI цикла. Инструменты дизайн-мышления. Инструмент «Пирамида сервиса». Структура «Пирамиды сервиса» (гигиенический, функциональный, эмоциональный и предиктивный уровни). Инструмент Лего. Метод анализа 5 почему. Методика проведения. Метод мокасин. Метод 6 вопросов. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Картирование и визуализация услуги. Информационные технологии в прототипировании.

Практические задания:

Результаты анализа потребительского опыта (кого изучали, какие инструменты использовали или нужно бы было использовать; что интересного обнаружили (не только проблемы, но и что-то новое в потребительском опыте; интересные открытия, скрытые потребности и т.п.);

Определение основных проблем (с кратким обоснованием, почему именно эти проблемы определены как основные);

Разработка концептов (3 шт.), их оценка и выбор лучшего; краткая формулировка или модель ценностного предложения + самый грубый эскиз (если материальная продукция);

Бумажный прототип (для товара) или customer jorney map/ storyboard (для услуги) для отобранного концепта;

Функциональная и элементная модель/ описание;

Описание интерфейса – как потребитель будет пользоваться; можно набор экранных форм, можно storyboard (рисунки, поясняющие использование), можно структурное текстовое описание; обязательно выделить ожидаемые болевые точки;

Общие решения по дизайну и информационному образу продукта/ услуги;

Сценарий тестирования/ улучшения. Обоснование типа тестирования

Задание выполняется в виде пояснительной записки с использованием иллюстративного материала.

Тема практического занятия. Апробация дизайн-решений в гостиничном бизнесе

Вопросы к обсуждению:

Задачи и методы апробаций решений в сервис-дизайне. Способы исследования прототипа продукта или услуги. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги. Управление

восприятием новой услуги, продукта. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции). Услуга, продукт как результат модернизации прототипа. Спецификация продукта, услуги. Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги. Этические и эстетические проблемы новых товаров и услуг (throw-away society, функционализм). Сравнение различных методик разработки новых товаров и услуг (lean start-up, customer development, running lean, design sprint, system engineering).

Практические задания:

1. 1. Креативное мышление с точки зрения профессионального развития и изменения общества: hard skills и soft skills.
2. Риск-культура. Решение нестандартного бизнес-кейса.
3. Рефлексия процесса создания идеи.
4. Ассоциативная теория творческого мышления. Работа с внешними стимулами.
5. Практики питчинга и презентации идей.
6. Длина ассоциативных переходов.
7. Идеи первого уровня, оригинальные идеи, абсурдные идеи.
8. Тренировка оригинальности мышления.
9. Правила беглого мышления.
10. Переход количества идей в качество – проверка на практике
11. Отличительные особенности метода дизайн-мышления.
12. История метода с конца 1960-х до наших дней
13. Ведущие исследования и школы (IDEO, d.school).
14. Имплементации подходов критического, креативного и дизайн-мышления в процессе проектной деятельности
15. Выявление возможных сценариев поведения различных типов потребителей при использовании ими продукта
16. Методика дизайн мышления и формулирование цели нового проекта
17. Эмпатия - изучение целевой аудитории и анализ пользовательского опыта
18. Методы обработки собранных первичных и вторичных данных и формулирование задачи на разработку решения
19. Управление разработкой нового продукта
20. Digital в дизайн-мышлении
21. Стратегическое дизайн-мышление
22. Принципы организации и проведения сессии дизайн-мышления
23. Принципы SMART при формулировании целей
24. Инновационные дизайн-продукты в гостиницах
25. Дизайн-мышление: клиентоориентированное проектирование продуктов и услуг

Требования к выполнению практического задания: изучение теоретического материала, изучение научных публикаций по теме.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей

программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся

ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. Санитарные и технические требования к предприятиям индустрии гостеприимства	
Тема 1.1. Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам.	Санитарная характеристика механического и немеханического оборудования, требования к его конструкции и расстановке. Маркировка инвентаря, столов, оборудования. Санитарные требования к посудомоечным машинам. Гигиенические требования к посуде. Санитарные требования к кухонной и столовой посуде.
Тема 1.2. **Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства.**	Лабораторный контроль санитарного состояния предприятий индустрии питания. Отбор проб (смывов) для бактериологических исследований, оценка результатов. Личная гигиена работников общественного питания. Санитарная одежда, ее содержание и правила пользования. Профилактическое медицинское обследование, порядок и частота его проведения, документация
РАЗДЕЛ 2. Санитария продуктов питания и блюд. Санитарный контроль.	
Тема 2.1. Санитарно-гигиеническая оценка пищевых	Санитарная экспертиза пищевых продуктов (безвредность, доброкачественность, пищевая и биологическая ценность). Гигиена

продуктов и их эпидемиологическое значение	мясных продуктов. Ветеринарно-санитарная экспертиза. Санитарно-гигиеническая оценка колбасных изделий. Допустимые нормы содержания соли, влаги, нитритов. Санитарно - гигиеническая оценка мяса птицы. Санитарно-гигиеническая оценка рыбы и рыбных продуктов.
Тема 2.2. Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS.	Система контроля качества выпускаемой продукции и её безопасности HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Point (Анализ рисков и критические контрольные точки). Значение свода международных пищевых стандартов CODEX ALIMENTARIUS (Кодекс Алиментариус)

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное

время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся

возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Санитарные и технические требования к предприятиям индустрии гостеприимства

Тема 1.1. Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам.

Вопросы для самоподготовки:

1. Гигиенические требования к технологическому оборудованию.
2. Санитарная характеристика механического и немеханического оборудования, требования к его конструкции и расстановке.
3. Маркировка инвентаря, столов, оборудования.
4. Санитарные требования к посудомоечным машинам.
5. Гигиенические требования к посуде.

Тема 1.2: Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства.

Вопросы для самоподготовки:

1. Санитарные требования к кухонной и столовой посуде.
2. Гигиеническая характеристика посуды из полимерных материалов.
3. Сертификат соответствия на используемую посуду и приборы.
4. Санитарно-гигиенические требования к упаковочным материалам.
5. Новые виды упаковочных материалов для пищевых продуктов и кулинарных изделий..

РАЗДЕЛ 2. Санитария продуктов питания и блюд. Санитарный контроль.

Тема 2.1. Санитарно-гигиеническая оценка пищевых продуктов и их эпидемиологическое значение

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие о качестве пищевых продуктов.
2. Гигиенические требования к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов.
3. Санитарная экспертиза пищевых продуктов (безвредность, доброкачественность, пищевая и биологическая ценность).
4. Гигиена мясных продуктов.
5. Ветеринарно-санитарная экспертиза.

Тема 2.2. Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS.

Вопросы для самоподготовки:

1. Санитарно-гигиеническая оценка колбасных изделий.
2. Допустимые нормы содержания соли, влаги, нитритов.
3. Санитарно-гигиеническая оценка мяса птицы. Санитарно-гигиеническая оценка рыбы и рыбных продуктов.
4. Санитарно-гигиенические требования к качеству молока и молочных продуктов.
5. Кишечные инфекции, передающиеся с молоком и молочными продуктами.
6. Гигиена яиц и яичных продуктов. Признаки, определяющие качество яиц.
7. Санитарно-гигиеническая оценка овощей, фруктов, ягод.
8. Санитарно-гигиеническая оценка консервов и пресервов. Виды бомбажа. Режимы и сроки хранения консервов и пресервов.а

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

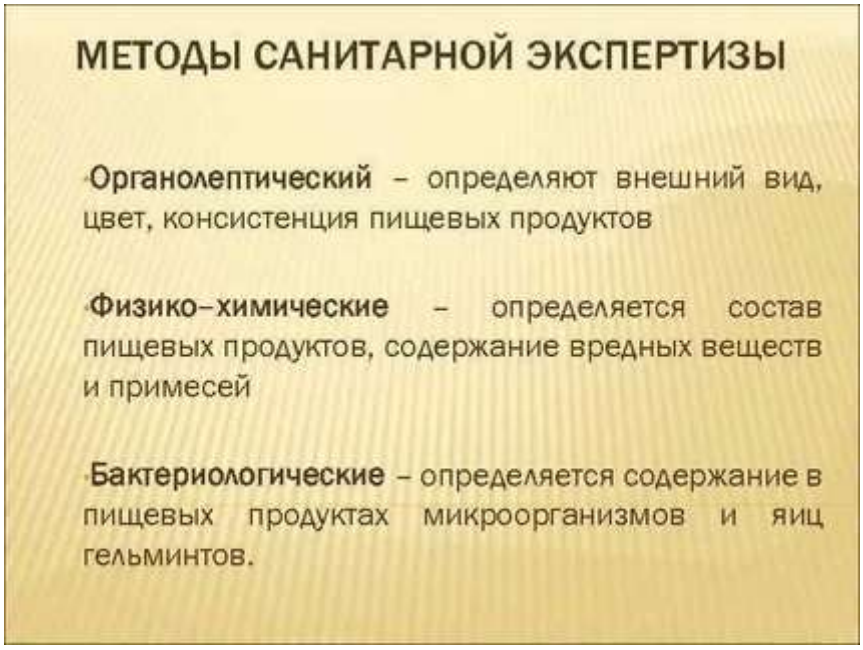
РАЗДЕЛ 1. Санитарные и технические требования к предприятиям индустрии гостеприимства

Тема 1.1. Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам.

Тема 1.2. Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства.

РАЗДЕЛ 2. Санитария продуктов питания и блюд. Санитарный контроль.

Тема 2.1. Санитарно-гигиеническая оценка пищевых продуктов и их эпидемиологическое значение



Тема 2.2. Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты.

При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно пе-

ред ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

2. РАЗДЕЛ 1. **Санитарные и технические требования к предприятиям индустрии гостеприимства** /Тема 1.1. Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам.

3. Цели занятия.

- Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам..

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

В соответствии с санитарными требованиями материал, из которого изготавливают оборудование, инвентарь, посуду, тару, не должен оказывать вредного воздействия на продукты и вызывать изменение их органолептических свойств. Он должен быть устойчивым к кислотам, щелочам, легко мыться, очищаться, поддаваться дезинфицированию и просушиванию. Таким требованиям отвечают нержавеющая сталь, алюминий и его сплавы, никель, мельхиор, пластмассы, полиэтилен, полистирол и др.

Текст лекции.

Требования к оборудованию. Технологическое оборудование предприятий общественного питания имеет большое гигиеническое значение. Материал и конструкция оборудования не должны оказывать отрицательного воздействия на качество продуктов. Оборудование должно легко подвергаться санитарной обработке, способствовать облегчению труда и повышению его производительности.

Механическое, тепловое, холодильное и немеханическое оборудование размещают в производственных помещениях с учетом последовательности технологического процесса так, чтобы исключить встречные и перекрещивающиеся потоки сырья, полуфабрикатов и готовой продукции, а также обеспечить свободный доступ к нему, предусматривая проходы шириной не менее 1,2-1,5 м. Металлические части машин и аппаратов, соприкасающиеся с пищевыми продуктами,

изготавливаются из нержавеющей стали, наружные части окрашиваются краской. Механическое оборудование, особенно его рабочие органы, после работы тщательно очищают, моют горячей водой, вытирают и закрывают чехлом из пленки или полотна.
Самым гигиеничным тепловым оборудованием являются электрические и газовые аппараты.
Один раз в неделю все оборудование цехов после мытья дезинфицируют 0,5%-ным раствором хлорной извести или хлорамина и затем промывают горячей водой.
К немеханическому оборудованию относят: производственные столы, производственные и моечные ванны, разрубочный стул, стеллажи, табуреты, шкафы и т. д. Производственные столы должны иметь ровную, гладкую, прочную, удобную для очистки рабочую поверхность, выполненную из нержавеющих материалов, без трещин, выбоин и неровностей, в которых могла бы скапливаться грязь. Наиболее гигиеничными являются цельнометаллические столы из нержавеющей стали или дюралюминия на металлическом каркасе, а для разделки теста - столы с деревянными крышками, выполненными из твердых пород дерева (дуб, береза, клен).
Санитарными нормами допускается изготовление крышек столов из полимерного материала. Металлические столы после каждой производственной операции моют горячей водой, а в конце рабочего дня моют с моющими средствами («Прогресс») и ополаскивают горячей водой. Столы с деревянными крышками зачищают ножом и моют горячей водой.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. 1. _Гигиенические требования к технологическому оборудованию.
2. Санитарная характеристика механического и немеханического оборудования, требования к его конструкции и расстановке.
3. Маркировка инвентаря, столов, оборудования.
4. Санитарные требования к посудомоечным машинам.

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

2. РАЗДЕЛ 1. **Санитарные и технические требования к предприятиям индустрии гостеприимства** /Тема 1.2. Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства.- Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 24.12.2020 N 44 (ред. от 14.04.2022) Об утверждении санитарных правил СП 2.1.3678-20 Санитарно-эпидемиологические требования к эксплуатации помещений, зданий, сооружений, оборудования и транспорта, а также условиям деятельности хозяйствующих субъектов, осуществляющих продажу товаров, выполнение работ или оказание услуг (Зарегистрировано в Минюсте России 30.12.2020 N 61953)

Текст лекции.

VII. Санитарно-эпидемиологические требования к предоставлению гостиничных услуг

7.1. Размещение гостиниц в жилых помещениях не допускается.
7.2. Собственная территория гостиницы должна содержаться в чистоте, вход в гостиницу должен быть освещен.
7.3. Запрещается размещать номера гостиниц в подземных и (или) цокольных этажах, а также в помещениях, расположенных непосредственно над автостоянкой, размещенной в подземных и (или) цокольных этажах здания.
7.4. Помещения для оказания бытовых, торговых, спортивно-оздоровительных, культурно-зрелищных и иных услуг должны соответствовать гигиеническим нормативам.
7.5. Не допускается размещение туалетов, умывальников, душевых над жилыми комнатами, камер мусоропроводов под жилыми комнатами, а также примыкание мусоропроводов и электрощитовых помещений к жилым комнатам.
При наличии мусоропровода в гостиницах люки мусоропроводов должны располагаться на лестничных площадках либо внутри служебных помещений без примыкания к стенам жилых комнат номеров. Крышки загрузочных клапанов мусоропроводов на лестничных клетках должны закрываться.
7.6. Отделка помещений кладовых для хранения чистого и грязного белья, помещений для хранения и обработки инвентаря, панелей в кухнях, полов, а также стен в местах установки раковин и других санитарно-технических приборов должна быть выполнена из влагостойких и устойчивых к дезинфицирующим средствам материалов, доступной для уборки.
7.7. Наматрасники, ковровые изделия должны быть из материалов, подвергающихся сухой, влажной или химической очистке.
7.8. Стирка и дезинфекция постельного белья, стирка специальной одежды работников должна проводиться в специализированных организациях по договору или самостоятельно в гостиницах.
7.9. Чистое белье должно храниться в помещении, оборудованном шкафами или стеллажами. Стеллажи должны иметь гигиеническое покрытие, устойчивое к средствам дезинфекции.
Хранение чистого и грязного белья в гостиничных зданиях с номерным фондом более 50 номеров в одном помещении не допускается.
Для гостиничных зданий с номерным фондом 50 номеров и менее хранение чистого и грязного белья может быть организовано в одном помещении с использованием разных промаркированных контейнеров или закрытых шкафов (стеллажей) для чистого белья и закрытых контейнеров для грязного белья.
7.10. Уборка номеров с применением моющих средств и дезинфекция номеров должны проводиться со следующей периодичностью: заселенных номеров - ежедневно, а также после каждого выезда проживающих, мест общего пользования (вестибюля, холлов, коридоров) не реже одного раза в месяц.
7.11. Уборка номеров с применением моющих и дезинфицирующих средств проводится не менее 1 раза в неделю.
7.12. Окна моются не менее двух раз в год.

7.13. Ванны, сидения и крышки унитаза, биде, ручки для спуска воды и дверей туалетов в заселенных номерах гостиниц и в туалетах общего пользования гостиниц должны ежедневно обрабатываться дезинфицирующими средствами.
7.14. В номерах гостиницы унитазы и писсуары туалетов должны обрабатываться средствами дезинфекции после выезда, в туалетах общего пользования унитазы и писсуары туалетов - ежедневно.
7.15. Дезинфицирующие, моющие и чистящие средства хранят в упаковке производителя, в соответствии с инструкцией, и в недоступных местах для проживающих.
Хранение рабочих растворов моющих и дезинфицирующих средств осуществляется в промаркированных емкостях с крышками. Работники, занимающиеся приготовлением дезинфицирующих растворов, должны быть обеспечены средствами индивидуальной защиты.
7.16. Уборочный инвентарь маркируется с учетом функционального назначения помещений и видов уборочных работ и хранится в выделенном помещении (шкафу).
Для уборки туалетов выделяется отдельный комплект уборочного инвентаря.
По окончании уборки весь уборочный инвентарь промывается с использованием моющих растворов, ополаскивается проточной водой и просушивается.
7.17. Уборочный инвентарь, моющие средства и средства дезинфекции должны храниться в выделенном помещении (месте), оборудованном полками и (или) стеллажами, имеющими гигиеническое покрытие, обеспечивающее их очистку.
В помещении (отведенном месте) должны быть обеспечены условия для обработки уборочного инвентаря и его просушки.
При наличии туалета общего пользования уборочный инвентарь для него должен иметь маркировку, соответствующую его назначению, и храниться изолированно от другого уборочного инвентаря. Уборочный инвентарь может храниться в туалете общего пользования.
7.18. Помещения мусоропровода (мусороприемные камеры) мест для временного проживания должны содержаться в чистоте и подвергаться дезинфекционной обработке ежемесячно.
7.19. Смена постельного белья должна проводиться перед каждым вселением потребителя, но не реже 1 раза в неделю, а полотенец - перед каждым вселением потребителя, но не реже 2 раз в неделю.
7.20. Для обслуживания проживающих необходимо иметь запас чистого постельного белья в объеме, позволяющем обеспечить его смену в соответствии с пунктом 7.21 настоящих правил.
7.21. Мягкий инвентарь (матрасы, наматрасники, подушки, одеяла) должен подвергаться камерной дезинфекции по эпидемиологическим показаниям непосредственно хозяйствующим субъектом, либо обработка может проводиться в иных организациях, имеющих дезинфекционные камеры.
7.22. В помещениях или в контейнерах (шкафах) для хранения чистого белья хранение посторонних вещей запрещено.
7.23. При отсутствии у гостиницы собственной площадки для сбора и временного хранения твердых коммунальных отходов с твердым покрытием и ограждением, сбор и временное хранение твердых бытовых отходов осуществляется в месте, определенном в соответствии с законодательством.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Гигиенические требования к посуде.
2. Санитарные требования к кухонной и столовой посуде.
3. Гигиеническая характеристика посуды из полимерных материалов.
4. Сертификат соответствия на используемую посуду и приборы.
5. Санитарно-гигиенические требования к упаковочным материалам.

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

2. РАЗДЕЛ 2. **Санитария продуктов питания и блюд. Санитарный контроль.**/ Тема 2.1 Санитарно-гигиеническая оценка пищевых продуктов и их эпидемиологическое значение - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- Санитарно-гигиеническая оценка пищевых продуктов и их эпидемиологическое значение

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Санитарно-гигиеническая оценка пищевых продуктов и их эпидемиологическое значение	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Санитарная экспертиза пищевых продуктов является одним из важнейших профилактических мероприятий по охране здоровья населения. Она проводится в плановом порядке и по показаниям: в случае возникновения сомнения в качестве продуктов, при решении вопросов использования продуктов с истекшими сроками годности, при подозрении на пищевое отравление. Во всех случаях возникновения сомнения в качестве пищевых продуктов следует приостановить их получение (выдачу) на довольствие и создавать комиссию с обязательным включением в ее состав представителя медицинской службы. Комиссия должна собрать данные о санитарном анамнезе пищевых продуктов, провести обследование на месте с определением органолептических показателей, отобрать пробы и направить (с копией акта отбора) их на анализ в лабораторию ЦГСЭН. Реализация пищевых продуктов осуществляется в соответствии с заключением лаборатории.

Текст лекции.

Основной принцип санитарной экспертизы не д*опустить* на довольствие продукты, которые могут оказать вредное влияние на здоровье человека и каждый врач должен хорошо знать требования к качеству продуктов, простейшие методы определения показателей качества, признаки и причины порчи продуктов, последовательность проведения экспертизы и ее содержание.

Задачей гигиенической экспертизы пищевых продуктов, то есть их гигиенической оценки, является выяснение свойств, ха-рактеризующих пищевую ценность и безвредность продуктов для здоровья человека. Конкретные задачи гигиенической экспертизы весьма разно-образны и определяются в каждом отдельном случае в зависи-мости от возникших или поставленных перед органами и учреж-дениями санитарно-эпидемиологической службы вопросов, пред-варительного ознакомления с документами о партии продуктов, актом санитарного обследования предприятия и т. п.

При санитарной экспертизе качества пищевых продуктов можно выделить несколько этапов ее проведения: санитарный анамнез партии пищевых продуктов, обследование партии продуктов на месте, отбор проб, лабораторное исследование, выдача заключения по результатам экспертизы.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие о качестве пищевых продуктов.
2. Гигиенические требования к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов.
3. Санитарная экспертиза пищевых продуктов (безвредность, доброкачественность, пищевая и биологическая ценность).
4. Гигиена мясных продуктов.
5. Ветеринарно-санитарная экспертиза.
6. Санитарно-гигиеническая оценка колбасных изделий.
7. Допустимые нормы содержания соли, влаги, нитритов.

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

2. РАЗДЕЛ 2. **Санитария продуктов питания и блюд. Санитарный контроль.**/ Тема 2.2 Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS.-

Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Для доставки полуфабрикатов из заготовочных в доготовочные или магазины кулинарии используют чистую оборотную маркированную тару, соответствующую требованиям нормативной и технической документации, с плотно пригнанными крышками, а также упаковочные материалы, разрешенные органами и учреждениями госсанэпидслужбы в установленном порядке. При реализации продукции должны быть созданы условия для раздельного хранения и отпуска полуфабрикатов и готовой продукции.

Текст лекции.

При составлении меню 2-3-разового питания для организованных коллективов одноименные блюда и гарниры в течение одного дня не включаются.

Запрещается оставлять на следующий день:

- - салаты, винегреты, паштеты, студни, заливные блюда, изделия с кремом и др. особо скоропортящиеся холодные блюда (кроме тех видов, сроки годности на которые пролонгированы органами и учреждениями госсанэпидслужбы в установленном порядке);
- - супы молочные, холодные, сладкие, супы-пюре;
- - мясо отварное порционированное для первых блюд, блинчики с мясом и творогом, рубленые изделия из мяса, птицы, рыбы;

- - соусы;
- - омлеты;
- - картофельное пюре, отварные макароны;
- - напитки собственного производства.

В исключительных случаях, с обязательной отметкой, оставшуюся пищу необходимо охладить и хранить при температуре 4+-2°С не более 18 ч. Перед реализацией охлажденная пища дегустируется, после чего вновь подвергается тепловой обработке (кипячение, жарка на плите или жарочном шкафу) с повторной дегустацией. Срок реализации пищи после вторичной тепловой обработки не должен превышать одного часа. Свежеприготовленная пища не должна смешиваться с остатками от предыдущего дня.

Для раздачи готовых блюд используют чистую, сухую посуду и столовые приборы. Повторное использование одноразовой посуды и приборов запрещается.

Раздаточный инвентарь должен быть чистым, в достаточном количестве для каждого вида готовой продукции (блюда).

При необходимости транспортирования готовой продукции она должна доставляться в термосах и в специально выделенной, хорошо вымытой посуде с плотно закрывающимися крышками. Срок хранения горячих первых и вторых блюд в термосах не должен превышать 3 ч. (включая время их транспортировки).

Полуфабрикаты, готовые блюда и другие изделия, вырабатываемые организациями для реализации через торговую сеть, изготавливаются по технологическим инструкциям, нормативной и технической документации, согласованной с органами и учреждениями госсанэпидслужбы в установленном порядке.

Продукция, реализуемая вне организации через торговую сеть, должна иметь санитарно-эпидемиологическое заключение органов и учреждений госсанэпидслужбы.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Санитарно-гигиенические требования к качеству молока и молочных продуктов.
2. Кишечные инфекции, передающиеся с молоком и молочными продуктами.
3. Гигиена яиц и яичных продуктов. Признаки, определяющие качество яиц.
4. Санитарно-гигиеническая оценка овощей, фруктов, ягод.
5. Санитарно-гигиеническая оценка консервов и пресервов. Виды бомбажа. Режимы и сроки хранения консервов и пресервов.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

2. РАЗДЕЛ 1. Санитарные и технические требования к предприятиям индустрии гостеприимства /

Тема 1.1. Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам.

3. Цели занятия.

- Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Санитарные и технические требования к оборудованию, инвентарю, посуде, таре и упаковочным материалам	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

1. Гигиенические требования к технологическому оборудованию.
2. Санитарная характеристика механического и немеханического оборудования, требования к его конструкции и расстановке.
3. Маркировка инвентаря, столов, оборудования.
4. Санитарные требования к посудомоечным машинам.

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

2. РАЗДЕЛ 1. Санитарные и технические требования к предприятиям индустрии гостеприимства

Тема 1.2. Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства.

3. Цели занятия.

- Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1.1.	Санитарный режим на предприятиях индустрии гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

1. Санитарные требования к кухонной и столовой посуде.
2. Гигиеническая характеристика посуды из полимерных материалов.
3. Сертификат соответствия на используемую посуду и приборы.
4. Санитарно-гигиенические требования к упаковочным материалам.
5. Новые виды упаковочных материалов для пищевых продуктов и кулинарных изделий.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Гигиенические требования к технологическому оборудованию.
2. Санитарная характеристика механического и немеханического оборудования, требования к его конструкции и расстановке.
3. Маркировка инвентаря, столов, оборудования.
4. Санитарные требования к посудомоечным машинам.
5. Гигиенические требования к посуде.
6. Санитарные требования к кухонной и столовой посуде.
7. Гигиеническая характеристика посуды из полимерных материалов.
8. Сертификат соответствия на используемую посуду и приборы.
9. Санитарно-гигиенические требования к упаковочным материалам.
10. Новые виды упаковочных материалов для пищевых продуктов и кулинарных изделий.

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровожденная бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. Дезинфекция – это …

А) генеральная уборка

Б) уборка с применением обеззараживающих средств

В) уборка с применением моющих средств

Г) система мер, направленная на уничтожение грызунов

2. Вентиляция бывает …

А) естественная и искусственная

Б) естественная

В) искусственная

Г) приточная

3. Источниками водоснабжения служат …

А) реки, ручьи

Б) водохранилища

В) поверхностные водоемы, подземные воды

Г) моря, океаны

4. Зона санитарной охраны имеет …

А) 1 пояс

Б) 2 пояса

В) 3 пояса

Г) 4 пояса

5. Срок хранения готовой продукции на раздаче – …

А) до 1 часа

Б) до 2 часов

В) 6 часов

Г) 12 часов

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

2. РАЗДЕЛ 2. Санитария продуктов питания и блюд. Санитарный контроль.

Тема 2.1. Санитарно-гигиеническая оценка пищевых продуктов и их эпидемиологическое значение

3. Цели занятия.

Санитарно-гигиеническая оценка пищевых продуктов и их эпидемиологическое значение

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Санитарно-гигиеническая оценка пищевых продуктов и их эпидемиологическое значение	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие о качестве пищевых продуктов.
2. Гигиенические требования к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов.
3. Санитарная экспертиза пищевых продуктов (безвредность, доброкачественность, пищевая и биологическая ценность).

1. Учебная дисциплина. КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И САНИТАРНЫХ НОРМ В ГОСТИНИЦЕ

2. РАЗДЕЛ 2. Санитария продуктов питания и блюд. Санитарный контроль.

Тема 2.2. Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS

3. Цели занятия.

- Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Санитарно-гигиенические требования к качеству блюд, хранению и раздаче готовой пищи, обслуживанию посетителей. Санитарный контроль: HACCP, CODEX ALIMENTARIUS	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией. Введение.

Вопросы к обсуждению:

1. Гигиена мясных продуктов.
2. Ветеринарно-санитарная экспертиза.
3. Санитарно-гигиеническая оценка колбасных изделий.
4. Допустимые нормы содержания соли, влаги, нитритов.
5. Санитарно-гигиеническая оценка мяса птицы. Санитарно-гигиеническая оценка рыбы и рыбных продуктов.
6. Санитарно-гигиенические требования к качеству молока и молочных продуктов.
7. Кишечные инфекции, передающиеся с молоком и молочными продуктами.
8. Гигиена яиц и яичных продуктов. Признаки, определяющие качество яиц.
9. Санитарно-гигиеническая оценка овощей, фруктов, ягод.
10. Санитарно-гигиеническая оценка консервов и пресервов. Виды бомбажа. Режимы и сроки хранения консервов и пресервов.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Сроки реализации готовой продукции.
2. Санитарные правила раздачи горячих и холодных блюд, напитков.
3. Санитарные требования к хранению и реализации оставшейся пищи.
4. Санитарно-гигиеническая оценка и контроль качества готовой пищи, показатели безопасности продукции общественного питания.
5. Санитарные правила обслуживания посетителей, доставка готовой пищи и кулинарной продукции в буфеты, магазины кулинарии, на дом потребителя
6. Система контроля качества выпускаемой продукции и её безопасности HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Point (Анализ рисков и критические контрольные точки).
7. Значение свода международных пищевых стандартов CODEX ALIMENTARIUS (Кодекс Алиментариус) для информированности мирового сообщества в области качества и безопасности продуктов питания.
8. Значение ФЗ «О техническом регулировании» и вступления России в ВТО для унификации международных и российских требований, предъявляемых к качеству и безопасности продукции.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. Мусор с территории ресторана должен вывозиться …

А) ежедневно

Б) по мере необходимости

В) 1 раз в неделю

Г) 1 раз в месяц

2. Контрольные критические точки (ККТ) необходимо определять для …
А) оформления отчетности
Б) улучшения условий труда
В) снижения коэффициента потенциального риска
Г) повышения производительности труда

3. Систему НАССР (система управления безопасностью пищевых продуктов) впервые применили …
А) В США
Б) В Японии
В) В России
Г) в Англии

4. Срок хранения сырых очищенных овощей составляет …
А) 6 часов
Б) 12 часов
В) 36 часов
Г) 24 часа

5. Пересечение «потоков» грязной и чистой посуды на предприятиях общественного питания …
А) запрещено
Б) разрешено
В) разрешено, при наличии разрешительной документации
Г) запрещено только в стационарных предприятиях

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
   - наименование факультета;
   - тема презентации;
   - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
   - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
   - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Введение в микроэкономику. Предмет, метод экономической теории.

Цели занятия: Изучить исходные признаки экономики, предмет и метод экономической теории, функции экономической теории. Формирование современного экономического мышления.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с презентацией в электронном формате.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Исходные признаки экономики. Потребности и ресурсы. Экономические агенты (рыночные и нерыночные). Закон возвышающихся потребностей. Ограниченность благ и проблема выбора оптимального решения. Предмет экономической теории. Экономические блага и их классификации, полные и частичные взаимодополняемость и взаимозамещение благ. Метод экономической теории. Характеристика методологии, позитивный и нормативный подходы; общие и специальные методы анализа экономической действительности. Теории, концепции и модели, допущения. Практика - критерий истины. Роль экономического прогнозирования в развитии общества. Функции экономической теории: познавательная, методологическая мировоззренческая, критическая, прогностическая, практическая. Формирование современного экономического мышления. Развитие предпринимательской инициативы, компетенции и профессионализма.

Собственность как экономическая категория. Собственность как экономическое отношение и ее составные элементы: присвоение, способ соединения работника со средствами производства, организационно-экономический механизм реализации. собственность и хозяйствование: структура прав, передача прав, согласование обязанностей. Место собственности в системе общественных отношений. Экономическое и юридическое содержание собственности на условия производства и его результаты. Юридическая и экономическая категория собственности, структура собственности, права собственности, континентальная традиция прав собственности; англо-саксонская традиция прав собственности, теория "пучка прав собственности", классификация прав собственности А. Оноре; персонификация прав собственности и экономический статус субъекта хозяйствования, экономическая власть и экономическая зависимость; Структура прав и передача прав, согласование обязанностей. Источники экономической власти, трансакционные издержки, формы трансакционных издержек. Формы собственности. Признаки классификации форм собственности, характеристика основных форм собственности. Противоречия разных форм собственности. Многообразие форм собственности как предпосылка и условие функционирования рыночной экономики. Сущность и содержание хозяйствования. Понятие хозяйствования. Экономическое и неэкономическое хозяйство. Основные категории хозяйствования. Институциональные факторы высокоэффективной хозяйственной деятельности.

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Собственность и система хозяйствования. Экономические системы и их классификация.

Цели занятия: Формирование современного экономического мышления. Развитие предпринимательской инициативы, компетенции и профессионализма.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с презентацией в электронном формате.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие экономической системы. Типологизация экономических систем. Марксистский и неоклассический подход. Формационный и цивилизационный подходы к классификации экономических систем, их сравнительные достоинства и недостатки. Добуржуазные системы. Посткапиталистическое общество, его перспективы. Постиндустриальное (информационное) общество, его перспективы, эндогенные и экзогенные корни. Понятия, критерии, типы и принципы классификации экономических систем. Общая характеристика различных форм хозяйствования (традиционная экономика, рыночная экономика (или товарное хозяйство), плановая экономика (или плановое хозяйство), командно-административная система (командное хозяй-

ство), смешанная экономика, переходная экономика, информационная экономика. Формы рыночной экономики, основанные на разных формах собственности на средства производства. Современные модели и механизмы регулирования социально-экономических систем. Смешанная экономика как современная форма рыночной экономики. Смешанная экономика и «чистая экономика». Смешанная экономика, цивилизация и формация. Смешанная экономика и переходная экономика. Модели смешанной экономики.

Рыночный спрос факторы, влияющие на рыночный спрос. Функция спроса и объем спроса. Кривая спроса. Закон спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Рыночный спрос и индивидуальный спрос, взаимодополняемые и взаимозаменяемые товары, закон спроса, парадоксы спроса, эффект Гиффена, эффект Веблена, «асимметричность информации», инфляционные ожидания, функциональный и нефункциональный спрос, классификация потребительского спроса по Х. Лейбенстайну. Рыночное предложение. Факторы, влияющие на рыночное предприятие. Функция предложения и объем предложения. Кривая предложения. Закон предложения. Функции предложения. Взаимодействие спроса и предложения. Равновесие, рынок, равновесная цена. Механизм установления равновесия, равновесная цена, равновесный объем, свойства рыночного равновесия. Множественность рыночного равновесия, частичное рыночное равновесие, области экономической активности, модель паутины, устойчивость равновесия по А.Маршаллу и Л.Вальрасу. Равновесная цена и ее функции. Рыночная динамика. Виды рыночного равновесия и государственное воздействие на механизм рыночного ценообразования. Работа рыночного механизма и динамическая эффективность рынка. Излишки потребителя и производителя. Благосостояние потребителей, измерение потребительского излишка. Определение излишка производителя, определение излишка производителя с помощью кривой предложения. Общественное благосостояние и экономическая эффективность. Оценка рыночного равновесия с точки зрения общественной выгоды, влияние налогообложения и дотаций.

Тема лекционного занятия: Тема 2.1. Теория потребительского выбора.

Цели занятия: Формирование аналитического экономического мышления. Развитие предпринимательского мышления.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с презентацией в электронном формате

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Теории поведения потребителя и производителя (предприятия). Компромисс индивида между потреблением и досугом; Концепция полезности и равновесие на рынке одного блага. Польза и полезность блага. Полезность и анализ потребительских предпочтений, мотивация потребителя, цель потребителя, функция полезности, общая полезность, предельная полезность блага. Субъективные оценки полезности и ценность благ. Динамика оценок полезности и запасы блага. Зависимость между динамикой растущих запасов благ и динамикой снижающихся субъективных оценок их полезности. Предельная, или маржинальная полезность. Первый закон Г. Госсена: закона убывающей предельной полезности. Зависимость потребительского спроса от динамики предельной полезности. Влияние изменений цен и дохода на динамику спроса и потребительских предпочтений.

Общее «статическое» равновесие в потреблении. Этапы исследования поведения потребителя, стремящегося к равновесию. Анализ потребительских предпочтений. Кардиналистской функции полезности первого и второго порядка. Второй закон Г. Госсена. Эквимаржинальный принцип. Ординалистская концепция, аксиомы порядкового подхода, карта безразличия, кривые безразличия и их свойства, предельная норма замещения, предельная норма замещения од-

ного блага другим. Бюджетные возможности и различные комбинации потребительских благ. Бюджетное ограничение. Потребительский выбор.

Тема лекционного занятия: Тема 2.2. Теория производства.

Цели занятия: Введение в анализ финансово-хозяйственной деятельности.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с презентацией в электронном формате

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Производство и его факторы. Технология, проблема эффективности производства, технологическая эффективность, экономическая эффективность, производственная функция (общий случай, линейная, Кобба-Дугласа, Леонтьева, CES). Анализ краткосрочной функции производства, анализ долгосрочной функции производства, постоянные факторы, переменные факторы, совокупный продукт, средний продукт, предельный продукт, кривые продукта от переменного фактора. Выбор производственной технологии. Техническая и экономическая эффективность. Изокванты. Заменяемость факторов. Предельная норма технологической замены и ее динамика. Экономия от масштаба. Отдача от масштаба производства (снижающаяся, повышающаяся, неизменная).

Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Несовершенная конкуренция.

Цели занятия: Развитие экономического мышления. Формирование научного экономического мировоззрения и умения анализировать экономические ситуации на разных уровнях поведения хозяйственных субъектов в условиях рыночной экономики.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с презентацией в электронном формате

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Совершенная конкуренция. Монополия, свойства и признаки монополии. Источники монопольной власти: виды отраслевых барьеров. Типы монополии: закрытая монополия, открытая монополия, естественная монополия, монопсония, двусторонняя монополия, административная монополия. Спрос на продукцию монополиста, предложение в условиях монополии в краткосрочном и долгосрочном периоде, определение цены и объема производства. Реализация рыночной власти монополиста. Условия и последствия реализации рыночной власти. Рыночная власть и прибыль монополиста. Ценовая дискриминация: первой, второй и третьей степени, показатели монопольной власти. Общественная цена монополии. Противоречивый характер монополизации экономики: убытки и выгоды общества от монопольной власти. Сокращение объемов выпуска. Падение уровня реальных доходов населения и уменьшение потребительского излишка. Превращение монопольного роста цен в угрозу инфляции. Полные чистые убытки общества и безвозвратные потери потребителей и производителей. Захват потребительского излишка и превращение его в дополнительную прибыль. Х-неэффективность. Положительные эффекты монополизации рынков.

Антимонопольная политика государства и особенности демонополизации российской экономики. Сущность антимонопольной политики государства. Деконцентрация сложившихся монополий и развитие конкуренции в монополизированных отраслях. Характеристика инструментов антимонопольной политики. Графический анализ социально-экономических последствий государственного регулирования цены на монопольном рынке. Природа отечественных монополий и специфика демонополизации в переходной экономике. Особенности применения прямых и косвенных методов государственного воздействия на российские монополии.

Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Рынки факторов производства.

Цели занятия: Развитие экономического мышления и умения принимать рациональные решения при ограниченности ресурсов.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с презентацией в электронном формате.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Человеческий капитал, рабочая сила и труд: общее и особенное. Социально-экономическая и экономико-психологическая характеристика человеческого капитала. Факторы, обусловливающие необходимость замещения трудового капитала – капиталом интеллектуальным, а труда – творчеством. Функциональная рабочая сила и конкретный труд. Формы доходности человеческого капитала.

Спрос на труд и его предложение в условиях совершенной конкуренции. Кривая спроса на труд, выбор между трудом и отдыхом, эффект дохода, эффект замены, различия в привлекательности труда. Предложение труда. Рыночное равновесие на рынке труда. Заработная плата в условиях совершенной конкуренции. Номинальная и реальная заработная плата. Производительность труда и заработная плата.

Несовершенная конкуренция на рынке труда. Монопсония и монополия на рынке труда. Рынок труда с монопсонической властью. Проблема спроса на труд в условиях монопсонии. Предельные и средние затраты. Равновесие монопсонии на рынке труда. Монопольная власть на рынке труда. Спрос на труд и его предложение в условиях монополии. Двусторонняя монополия на рынке труда, социально-экономические условия труда. Равновесие фирмы на рынке труда в условиях монополии. Роль профсоюзов. Дифференциация ставок заработной платы. Инвестиции в человеческий капитал. Государственное регулирование рынка труда. Функции рынка рабочей силы. Уровень жизни и его измерение. Дифференциация дохода, утилитаристский принцип, измерение степени дифференциации. Децильные, квартильные и квинтильные, кривые Лоренца, коэффициенты коэффициент Джини, закономерности дифференциации доходов, потребительский выбор во времени. Бедность и способы ее измерения. Прожиточный минимум.

Тема лекционного занятия: Тема 4.1. Макроэкономическое равновесие.

Цели занятия: Формирование системы знаний об экономике как хозяйстве и науке. Сформировать навык анализа, истолкования и описания экономических процессов.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с презентацией в электронном формате.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Совокупный спрос и определяющие его факторы. Понятие совокупного спроса. Структура, графическая интерпретация. Ценовые эффекты совокупного спроса: эффекты Пигу, Кейнса, Мандела-Флеминга. Совокупный спрос и уравнение Фишера. Неценовые факторы, влияющие на совокупный спрос: изменения в потребительских, инвестиционных, государственных расходах, расходах со стороны иностранного сектора, предложение денег. Модель AD.

Совокупное предложение. Эндогенные и экзогенные факторы совокупного предложения. Фактор времени при анализе совокупного предложения. Классическая концепция совокупного предложения: условия анализа, графический анализ.

Тема лекционного занятия: Тема 4.2. Макроэкономическая нестабильность и экономический рост.

Цели занятия: Сформировать навык анализа, истолкования и описания экономических процессов. Изучение и анализ макроэкономических показателей.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с презентацией в электронной формате.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Сущность и функции денег. Количественная теория денег; классическая дихотомия, сеньораж. Теория кассовых остатков. Денежное обращение и уравнение обмена. Измерение денежной массы. Денежные агрегаты. Современные особенности денег и денежного обращения.

Спрос и предложение денег в современной экономике. Классическая школа политической экономии о спросе на деньги. Уравнение Фишера. «Нейтральность денег». Денежное обращение (М. Фридман.) Правило монетаристов. Реальный спрос на деньги. Реальные запасы денежных средств. Кембриджское уравнение. Спрос на деньги в кейнсианской модели, гистерезис. Теория предпочтения ликвидности. Операционный и спекулятивный спрос на деньги.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема 1.1. Введение в микроэкономику. Предмет, метод экономической теории.

Расчетное практическое задание

Задача № 1.1. Расчёт цены выбора

Петров хочет купить мебельный гарнитур. Он должен затратить на поиски дешевого и качественного варианта 7 рабочих дней, для чего намерен взять отпуск без сохранения заработка. Если он не сделает этого, то купит гарнитур на 20% дороже. В день Петров зарабатывает 1000 руб.

Какова должна быть цена гарнитура для того, чтобы рационально мыслящему Петрову было все равно – искать дешевый вариант или нет?

Задача № 1.2. Выбор более дешёвого способа передвижения

Самолетом из Москвы во Владивосток можно добраться за 8 ч, но с учетом сопутствующих затрат времени можно считать, что сутки для работы или отдыха теряются. Поездка в поезде займет 9 дней. Авиабилет стоит 900 р., а железнодорожный билет 500 р.

а) Какой способ передвижения дешевле для человека, зарабатывающего 50 р. каждый рабочий день с понедельника по пятницу.

б) Если 4 из 9 дней пути на поезде приходятся на выходные, то сколько должен зарабатывать в будний день наш путешественник, чтобы ему было все равно с чисто экономической позиции - лететь в выходной день или ехать поездом?

Тема 1.2. Собственность и система хозяйствования. Экономические системы и их классификация.

Расчетное практическое задание

Задача № 1.3. Расчёт максимального числа дней ремонта

Иванов хочет отремонтировать квартиру. Он может нанять мастеров и заплатить им 15 тыс. р., а может все сделать сам, тогда ремонт будет стоить ему только 5 тыс. р. (цена материалов). Но придется взять отпуск без сохранения заработка. В день он зарабатывает 500 р. Какое максимальное число дней может потратить на ремонт Иванов, чтобы не нести убытки.

Задача № 1.4. Построение КПВ

На одном поле фермер может произвести 500 т картофеля или 100 т пшеницы, а на другом альтернативная стоимость выращивания 2 т пшеницы равна 5 т картофеля при максимальном производстве картофеля, равном 1000 т. Построить кривую производственных возможностей фермера.

Тема 2.1. Теория потребительского выбора.

Расчетное практическое задание

Задача № 2.1.

Фирма, выпускающая 100 единиц продукции, имеет общие издержки TC(100) =$8000 и переменные издержки VC(100) =$2000. Какими будут СРЕДНИЕ ПОСТОЯННЫЕ издержки этой фирмы при выпуске 200 единиц продукции (т.е. AFC(200))?

Задача № 2.2.

Семь работников могут все вместе произвести 730 единиц продукции, а восемь работников могут все вместе произвести 800 единиц продукции. Чему равны предельный продукт восьмого работника и средний продукт восьми работников?

Задача № 2.3.

Известно, что в течение года бухгалтерская прибыль кофейной компании «Кофейный дом» составила 150000 рублей. Управляя фирмой, предприниматель данной компании упускает зарплату в 90000 рублей, которую мог бы получить, работая в другом месте. Известно также, что предприниматель располагал суммой 200000 рублей собственных средств, которые он вложил в компанию. Предполагая, что он упускает 10% годовых с этих средств, определите экономическую прибыль.

Тема 2.2. Теория производства.

Расчетное практическое задание

Задача № 2.4.

Фирма выпускает 100 единиц продукции. При этом общие издержки фирмы составляют 800 долл., из них переменные издержки составляют 200 долл. Рассчитайте средние постоянные издержки фирмы при выпуске ста единиц продукции.

Задача № 2.5.

Предположим, у некоторой фирмы для того, чтобы цена продукции превысила средние общие издержки (ATC), эта цена должна быть не ниже, чем 100 руб. за единицу. Для того, чтобы цена превысила средние переменные издержки производства (AVC), она должна быть не ниже, чем 80 руб. за единицу. Если фактически на рынке установилась цена 90 руб. за единицу продукции (и фирма никак не может это изменить), то определите последствия.

Тема 3.1. Несовершенная конкуренция.

Расчетное практическое задание

Задача № 3.1. Расчёт цены земли

На четырех одинаковых по площади земельных участках выращивается виноград. Природно-экономические показатели этих земель характеризуют следующие данные:

Участок	**I**	**II**	**III**	**IV**

Участок	**I**	**II**	**III**	**IV**
Расходы выращивания, грн.	2000	2600	3600	4000
Валовой сбор, т	8	12	20	16
Расстояние до рынка сбыта, км	10	50	100	105

Транспортный тариф перевозок 1 т на расстояние в 1 км 0,4

Величина абсолютной ренты, грн. 300.

Определите:

цену каждого участка, если известно, что общественная норма прибыли - 15%, а ссудный процент на одолженный у банка капитал равен 5% годовых.

Виды ренты способствуют формированию цен на землю?

Существует ли дифференциальная рента на I участке?

Существует ли дифференциальная рента на II участке?

Какие участки обеспечивают этот вид ренты?

Назовите причины которые, на ваш взгляд обусловливают разное качество каждого земельного участка?

Участки имеют большую производительность?

Ответы обоснуйте экономичным анализом.

Задача № 3.2 Расчёт цены и количества труда

Фирма, являющаяся совершенным конкурентом на товарном рынке и монопсонистом на рынке фактора, производит продукцию по технологии

$Q = 12 \times L - 2 \times L^2$.

Цена товара 5 ден. ед. Функция предложения труда имеет вид

$L = 0{,}1 \times \omega - 2$.

Определить, по какой цене фирма будет покупать труд, какое количество труда приобретет фирма, максимизирующая прибыль.

Задача № 3.3. Расчёт уровня занятости монополиста-монопсониста

Фирма является монопсонией на рынке труда и монополией на товарном рынке. Заполните таблицу спроса на труд этой фирмы. Определите, сколько рабочих наймёт эта фирма, и какую установит ставку заработной платы.

Единицы труда, чел.	**Совокупный продукт, шт.**	**Цена**	**Ставка зарплаты**	**Валовой доход**	**Доход от предельного продукта**	**Общие затраты на оплату труда**	**Предельные затраты на оплату труда**
1	5	40	130				
2	11	39	140				
3	18	38	150				

4	23	37	160				
5	27	36	170				
6	30	35	180				
7	32	34	190				

Тема 3.2. Рынки факторов производства.

Расчетное практическое задание

Задача № 3.4. Расчёт приведённой стоимости

Две фирмы предлагают проекты строительства дома отдыха. Первая берётся построить его за два года и просит в первом году 200 млн р., а в начале второго – 300 млн р. Вторая фирма нуждается в трёхлетних инвестициях: 90, 180 и 288 млн р. в начале каждого года соответственно.

а) Какой из этих проектов дешевле, если для сравнения использовать 20 %-ную ставку дисконтирования? Найти приведённые стоимости проектов.

б) Какой из этих проектов дешевле, если для сравнения использовать 10%-ную ставку дисконтирования? Найти приведённые стоимости проектов.

г) Найти так называемую уравнивающую ставку дисконтирования, при котором ни одному из проектов нельзя отдать предпочтение.

Задача № 3.5. Выбор проекта для инвестирования

Имеется три проекта вложения денежных средств. Ставка процента составляет 15% годовых.

Проект	**Доходы**		**Всего доходы**
	1 год	2 год	
Зайка	750	750	1500
Белочка	500	1000	1500
Енотик	1000	500	1500

Рассчитать, какой проект является наиболее выгодным для инвестирования.

Тема 4.1.Макроэкономическое равновесие.

Расчетное практическое задание

Задача № 4.1 Общее макроэкономическое равновесие: модель AD-AS

1) Заполните таблицу, предварительно сделав расчеты на основе данных (в ден. ед): потребительские расходы = 200 + 0,75 располагаемого дохода, инвестиции = 200, экспорт = 125, импорт = 25, налоги = 200.

AS=Y	T	Yd	C	I	G	Xn	AD
1800							
2000							
2200							
2400							
2600							

AS – совокупный выпуск; T – налоги;

C – потребление; G - государственные расходы;

AD – совокупный спрос; Y - национальный доход;

Yd – располагаемый доход;

I - инвестиции; Xn - чистый экспорт.

2) При каком уровне дохода экономика достигнет макроэкономического равновесия?

3) Чему равен мультипликатор инвестиций?

4) При каком уровне дохода экономика достигнет нового равновесия, если объём инвестиций упадет до 150 млрд. ден. ед.?

Задача № 4.2 Кейнсианский крест

Рассмотрите открытую экономику, описываемую моделью Кейнсианского креста с паушальными налогами:

$C = \overline{C} + cYD \quad I = \overline{I} \quad TA = \overline{TA} \quad G = \overline{G} \quad TR = \overline{TR} \quad NX = \overline{NX}$

а) Если рост дохода на 500 ведет к увеличению сбережений на 100, чему равна предельная склонность к потреблению?

б) Если падение экспорта на 150 (при неизменном импорте) ведет к сокращению потребления на 300, то чему равен мультипликатор автономных расходов?

в) Если увеличение трансфертных платежей на 200 ведет к росту выпуска на 600, то какова величина предельной склонности к сбережению?

Тема 4.2. Макроэкономическая нестабильность и экономический рост.

Расчетное практическое задание

Задача № 4.3. Модель IS-LM

Рассмотрите закрытую экономику с фиксированными ценами и зарплатами и безработицей (модель IS-LM). Какая политика необходима, чтобы увеличить выпуск, не меняя при этом ставку процента и сохраняя сбалансированным государственный бюджет?

Задача № 4.4. Расчёт изменения скорости оборота денег

В обороте находится 3,5 млн. товаров по цене 420 рублей за единицу. В среднем каждый рубль 3 раза использовался для приобретения товаров. При условии, что цена товара выросла на 200 рублей, а количество товаров и денег в обращении осталось неизменным, определите, как должна измениться скорость оборота денежных знаков.

Задача № 4.5. Построение линии IS

В экономике без участия государства и заграницы функции сбережений и инвестиций имели соответственно следующий вид: S= 0,5y - 50; I= 175 – 25i.

С появлением государства была введена постоянная ставка подоходного налога 10% и все собранные налога расходовались им на покупку благ. Функция сбережений тогда приобретает вид: $S = 0{,}5y^{v} - 50$.

Определить линию IS до и после появления государства: а) аналитически; б) графически.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, графическая иллюстрация, дискуссия.)

П.2.5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Общие вопросы экономики. Тема 1.1. Введение в микроэкономику. Предмет, метод экономической теории. Тема 1.2. Собственность и система хозяйствования. Экономические системы и их классификация.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. Общая характеристика рыночной экономики. Тема 2.1. Теория потребительского выбора. Тема 2.2. Теория производства.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Модуль 2	
Раздел 3. Типы рыночных структур. Тема 3.1. Несовершенная конкуренция. Тема 3.2. Рынки факторов производства.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 4. Измерение результатов экономической деятельности. Тема 4.1. Макроэкономическое равновесие.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Тема 4.2. Макроэкономическая нестабильность и экономический рост.	

Задания для самостоятельной работы к разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к разделу 1:

1. Производственные возможности общества и экономический выбор.
2. Особенности современного этапа развития экономической мысли в России.
3. Общая методология. Методы и уровни анализа.
4. Экономическая теория и экономическая политика.
5. Предмет микроэкономики. Экономическая теория как основа рационального развития человеческого общества.
6. Формирование и эволюция основных направлений экономической теории.
7. Экономические субъекты. Интересы и целевые установки экономических агентов.
8. Принцип альтернативности и производственные возможности.
9. Модель «круговых потоков».

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Система социальной защиты в условиях трансформации собственности в России;
2. Проблема редкости ресурсов в индустриальном и постиндустриальном обществе.
3. Юридическая и экономическая категория собственности.
4. Основные черты экономического содержания собственности.
5. Теория прав собственности. Трансакционные издержки.
6. Экономическая власть и экономическая зависимость.
7. Классификация и основные черты разных форм собственности.
8. Преобразование собственности: критерии эффективности пути и формы.
9. Особенности преобразования собственности в российской экономике.
10. Система социальной защиты в условиях трансформации собственности в России;
11. Проблема редкости ресурсов в индустриальном и постиндустриальном обществе. Экономическая система: содержание, структура и критерии классификации.
12. Формационный подход к анализу экономических систем.
13. Цивилизационный подход к исследованию современного общества.
14. Современные экономические системы.
15. Параметры смешанной экономики и ее модели.

Задания для самостоятельной работы к разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к разделу 2:

1. Ценовая эластичность и распределение налогового бремени
2. Понятие эластичности, ее свойства и виды.
3. Эластичность спроса по цене и ее детерминанты. Перекрестная эластичность.
4. Эластичность спроса по цене и совокупная выручка.
5. Эластичность спроса относительно дохода.
6. Эластичность предложения.

7. Практическое применение эластичности в микроанализе.

Перечень тем рефератов к разделу 2:

1. Понятие спроса и его функция. Закон спроса.
2. Кривая спроса и ее особенности.
3. Предложение и его функция. Закон предложения.
4. Факторы изменения предложения. Цена предложения.
5. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие.
6. Механизм установления равновесия. Рыночная динамика.
7. Свойства рыночного равновесия.
8. Государственное регулирование ценообразования.
9. Потребительский излишек.
10. Излишек производителей.
11. Благосостояние потребителя и рыночная эффективность.
12. Налоги, дотации и общественные излишки.
13. Спекулянты и устойчивость рыночного равновесия;
14. Влияние эластичности спроса по цене на тип конкуренции.

Задания для самостоятельной работы к разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к разделу 3:

1. Рынок совершенной конкуренции: основные признаки, преимущества и недостатки.
2. Предложение совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде.
3. Предложение совершенно конкурентной фирмы в долгосрочном периоде.
4. Предложение совершенно конкурентной отрасли.
5. Эффективность конкурентных рынков.
6. Экономическая природа монополий. Источники монопольной власти.
7. Типы монополий.
8. Предложение монополиста в краткосрочном и долгосрочном периодах.
9. Экономические последствия монополий. Ценовая дискриминация.
10. Регулирование деятельности монополии.
11. Монопсония.
12. Антимонопольная политика.
13. Использование ценовой дискриминации в условиях рынка.

Перечень тем рефератов к разделу 3:

1. Характеристика и условия возникновения рынка монополистической конкуренции.
2. Конкурентные стратегии рынка монополистической конкуренции.
3. Равновесие при монополистической конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периодах.
4. Неэффективность монополистической конкуренции.
5. Значение торговых марок в экономике СССР;
6. Мировой и российский опыт рекламы.
7. Характерные черты и формы поведения олигополии.
8. Стратегическое взаимодействие фирм и его модели.
9. Модели кооперативной стратегии взаимодействия.
10. Модели стратегии независимого поведения фирм в олигополистической отрасли.
11. Значение олигополии в экономике РФ;
12. Ценовые войны.

Задания для самостоятельной работы к разделу 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к разделу 4:

1. Предмет макроэкономического анализа.
2. Методология макроэкономического исследования.
3. Сущность национальной экономики и ее структура.
4. Сущность национальной экономики и ее структура.
5. Общественное воспроизводство.
6. Структура общественного воспроизводства.
7. Типы, критерии и показатели расширенного воспроизводства.
8. Современная структура общественного производства в РФ

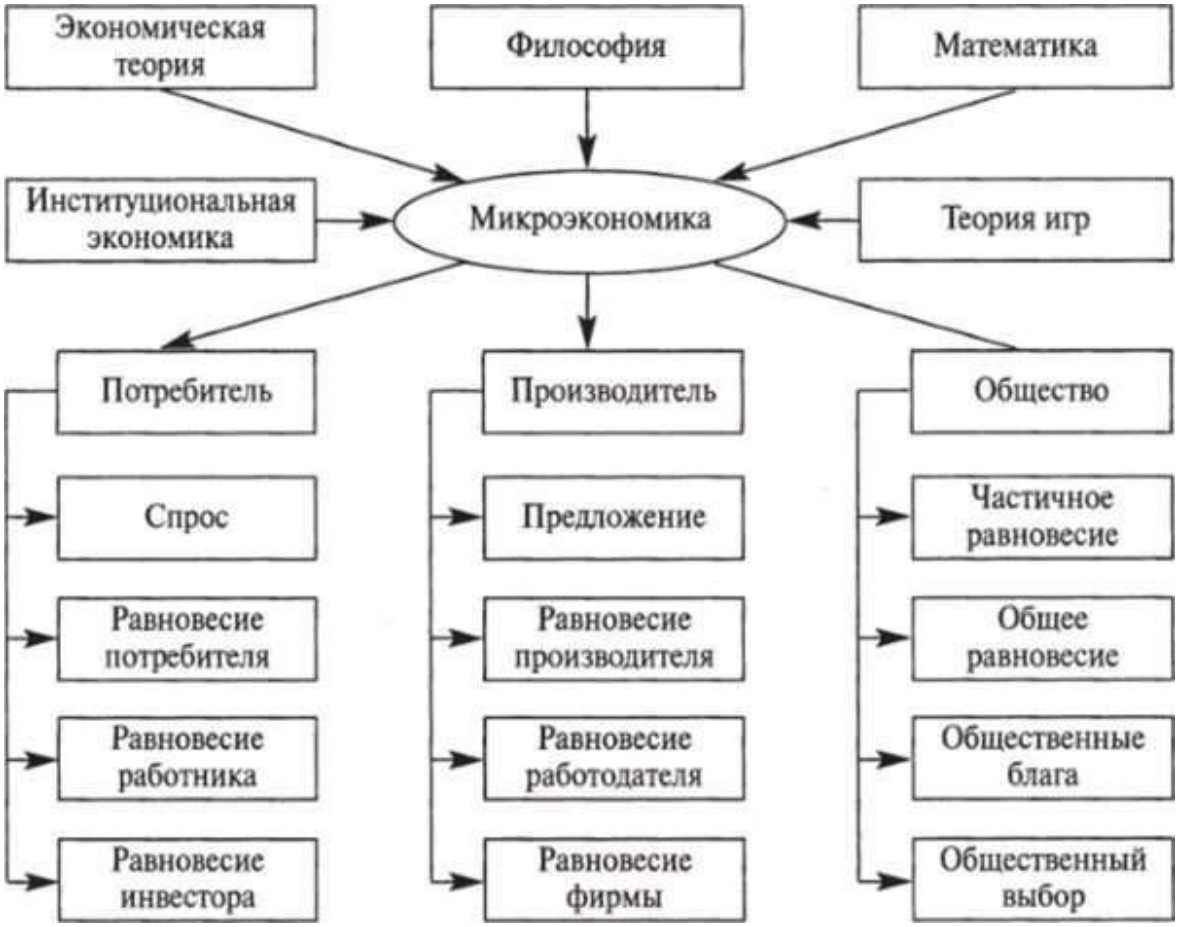
Перечень тем рефератов к разделу 4:

1. Методология макроэкономического исследования.
2. Сущность национальной экономики и ее структура.
3. Современная структура общественного производства в РФ
4. Сущность национальной экономики и ее структура.
5. Общественное воспроизводство.
6. Структура общественного воспроизводства.
7. Типы, критерии и показатели расширенного воспроизводства.
8. Современная структура общественного производства в РФ

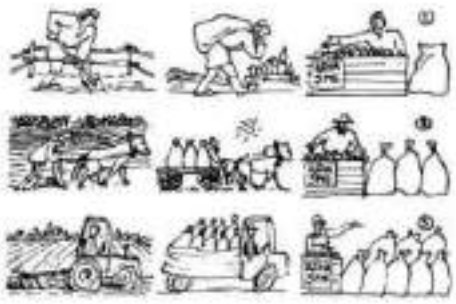
П.2.6. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Общие вопросы экономики.

Тема 1.1. Введение в микроэкономику. Предмет, метод экономической теории.

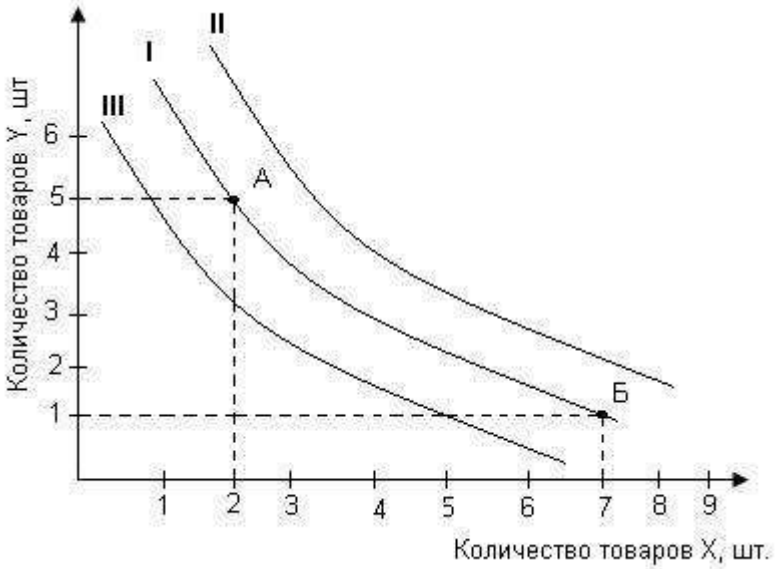


Тема 1.2. Собственность и система хозяйствования. Экономические системы и их классификация.



Раздел 2. Общая характеристика рыночной экономики.

Тема 2.1. Теория потребительского выбора.



Тема 2.2. Теория производства.

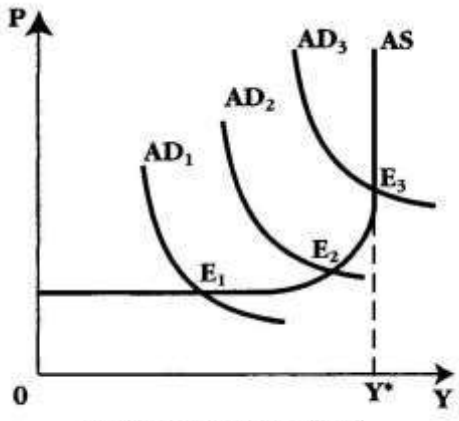
Раздел 3. Типы рыночных структур.

Тема 3.1. Несовершенная конкуренция.

Тема 3.2. Рынки факторов производства.

Раздел 4. Измерение результатов экономической деятельности.

Тема 4.1. Макроэкономическое равновесие.

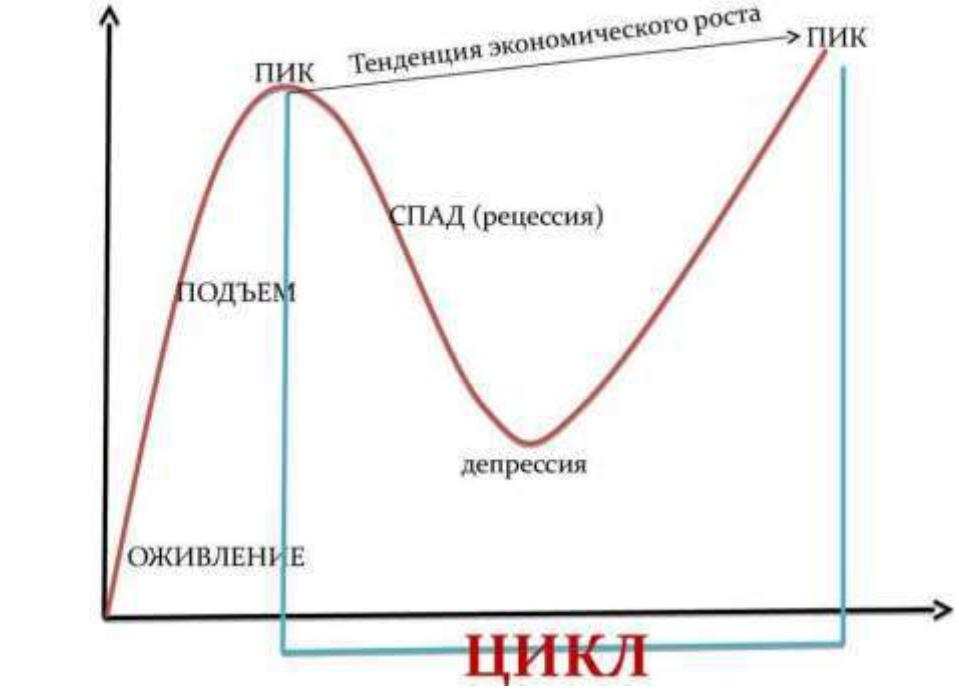


Макроэкономическое равновесие: модель «AD–AS»

Тема 4.2. Макроэкономическая нестабильность и экономический рост.

Экономический цикл

Попеременное чередование подъемов и спадов в движении реального ВВП



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Направление подготовки

«43.03.03 Гостиничное дело»

Направленность

«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела

предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ	
Тема 1.1. Институциональная теория и ее методологические основы	Институционализм или институциональная экономика. Предмет институциональной теории. Общие методы. Трансакционный анализ. Эволюционный метод. Институциональное моделирование. Исторический метод. Клиометрика. Позитивная и нормативная институциональная теория. Экономический империализм. Экономическая ментальность. Методологический индивидуализм. Холизм. «Жесткое ядро» науки. Старый институционализм. Неоинституционализм. Конституционный выбор. Теория общественного выбора.
Тема 1.2. Институты и их роль в экономической жизни общества	Ограниченная рациональность. Оппортунистическое поведение. Нормы и правила. Экономические правила. Права. Иерархия правил. Механизм принуждения к исполнению правил. Институты. Институциональная матрица. Функции институтов. Координационная функция институтов. Распределительная функция институтов. Неформальные нормы. Формальные правила. Институциональная система. Институциональная среда. Значение институтов. Факторы и скорость институциональных изменений. Институциональный конфликт. Институциональная ловушка. Недопроизводство институтов. Институциональный остаток. Теория экономической динамики. Адаптивная эффективность.
Тема 1.3. Трансакции и трансакционные издержки.	Доверительные блага. Опытные блага. Исследуемые блага. Трансакция и ее содержание. Формы трансакций. Внутрифирменные и межфирменные трансакции. Трансакция рационирования. Трансакция управления. Торговая трансакция.

Институциональные инструменты их оптимизации.	Трансакционные издержки и их формы. Издержки выявления альтернатив. Издержки заключения контрактов. Издержки измерения. Издержки оппортунистического поведения. Издержки спецификации и защиты прав собственности. Ex ante издержки и ex post издержи. Общие, специфические и интерспецифические активы. Виртуальные и реальные трансакционные издержки Трансформационные издержки. Влияние трансакционных издержек на экономическую деятельность.
Тема 1.4. Теория прав собственности.	Внешние экстерналии. Внутренние экстерналии. Потребительские экстерналии. Права собственности и их исключительность. «Пучек» прав. Перечень Оноре. Свободный доступ. Спецификация и размывание прав собственности. Издержки мониторинга и защиты прав собственности. Государственная собственность. Коммунальная собственность. Частная собственность. Ресурсы общего пользования и эффект «трагедии общества». Влияние спецификации прав собственности на экономическую эффективность. Теорема Коуза.
РАЗДЕЛ 2. ФИРМА И ГОСУДАРСТВО КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ СОГЛАШЕНИЯ	
Тема 2.1. Теория контрактов в институциональной экономике	Агентская проблема. Асимметрия информации. Неблагоприятный отбор. Вымогательство. Оппортунистическое поведение. Моральный риск. Постконтрактный оппортунизм. Способ организации сделки. Понятие контракта. Основные типы контрактов и их особенности. Специфические и неспецифические ресурсы. Контракт о продаже и контракт о найме. Характеристика властных отношений. Классический, неоклассический и отношенческий контракты. Явные и неявные контракты. Самовыполняющиеся контракты. Теория принципала- агента.
Тема 2.2. Контрактная природа фирмы.	Агентские отношения. Институциональная и неоклассическая природа фирмы. Организационная структура фирмы. Специфические и неспецифические ресурсы. Оптимальные границы фирмы. Технологические преимущества. Причины неэффективности фирмы. Интеллектуальный капитал. Ресурсный подход.
Тема 2.3. Институциональная теория государства.	Общественные блага. Частные блага. Коллективные блага. Проблема безбилетника. Внешние эффекты Отрицательный и положительный внешние эффекты. Спонтанный экономический порядок. Институциональная природа государства и его функции. Социальный контракт. Теория вертикального контракта. Институциональные модели государства. Государство Левиафан. Теория эксплуататорского государства. Теория оседлого бандита. Теория кочующего бандита.
РАЗДЕЛ 3. ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА	
Тема 3.1. Теория общественного выбора в институциональной экономике	Методология общественного выбора. Правило единогласия Викселя. Концепция политики как обмена. Миф о благонамеренности. Частное благо и общественное благо. Цель политической деятельности. Общественная оценка и квази – несклонность к рынку. Закон Грешема в политике. Частный выбор индивида. Общественный выбор индивида. Издержки общественного выбора. Процедура общественного выбора. Парадокс голосования. Политика без правил. Общественная ставка дисконтирования. Ловушка высокого налога. Инфляционная ловушка. Ловушка государственного долга. Распределительная справедливость и политика распределения Налоговые правила и распределение в условиях правила прямого большинства.

Тема 3.2. Теория бюрократии	Экономическая теория демократии. Бюрократ. Теория рациональной демократии М.Вебера. Теория поиска ренты и рентоориентированное поведение. Бюрократическая рента. Политическая рента. Временные лаги. Закон непредвиденных последствий. Эффект отрицательных экстерналий отдельных статей бюджета. Проблема «принципал-агент». Парадокс голосования. Теорема невозможности К.Эрроу. Лоббизм. Логроллинг. Конституция экономической политики.
Тема 3.3. Институциональные проблемы коррупции	Сущность, основное содержание и характеристики коррупции. Источники и причины коррупции. Социально-негативные последствия коррупции. Институционализация коррупции. Формы проявления коррупции. Индекс восприятия коррупции. Экспорт коррупции. Методы борьбы с коррупцией. Особенности антикоррупционной политики современной России.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою

тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

Тема 1.1. Институциональная теория и ее методологические основы

Вопросы для самоподготовки:

1. Что является предметом институциональной теории?
2. Каковы основные методы институциональной теории?
3. В чем принципиальное отличие взгляда Т.Веблена на поведение индивида и мотивацию его поступков от идей представителей неоклассической школы?
4. Что, по мнению Дж. Коммонса определяет поведение индивида?
5. Что является базовой единицей анализа в институциональной теории?
6. Как можно описать модель ограниченной рациональности Г. Саймона?
7. Какую роль поведение и неопределенность играют в создании институтов?
8. Каковы основные положения институциональной теории, в чем их принципиальное отличие от базовых основ неоклассической теории?
9. Каковы принципиальные отличия между «старой» и «новой» институциональными школами?
10. Назовите основные направления институциональной теории?

Тема 1.2. Институты и их роль в экономической жизни общества

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое институт?
2. Чем отличаются определения институтов в различных научно теоретических школах?
3. Всякое ли правило является институтом?
4. Всегда ли наличие регулярности в поведении означает существование соответствующего института?
5. Назовите основные составляющие института.
7. Назовите основные функции институтов.
8. В чем отличие институтов от организаций? Приведите пример.
9. Чем формальные правила отличаются от неформальных?
10. Может ли государство влиять на изменение неформальных правил?
11. Какова логика действия механизма принуждения правила к исполнению?
12. Что означают понятия институциональная система и институциональная среда?
13. Что такое оппортунистическое поведение и каковы его основные формы?

Тема 1.3. Трансакции и трансакционные издержки.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое трансакция и чем она отличается от обмена?
2. Каковы основные виды трансакций и в чем их отличия?
3. Что такое трансакционные издержки?
4. Чем отличаются трансформационные издержки от трансакционных?
5. Может ли распределение трансакционных издержек между участниками обмена влиять на общую величину этих издержек?

6. Каковы основные формы трансакционных издержек?

7. Назовите особенность издержек выявления альтернатив?

8. При каких обстоятельствах возникают издержки заключения контрактов и какие они бывают?

9. Назовите способы снижения издержек оппортунистического поведения?

10. Почему следует учитывать издержки спецификации и защиты прав собственности?

Тема 1.4. Теория прав собственности.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое внешний эффект?

2. Чем внешние экстерналии отличаются от внутренних?

4. Сколько альтернативных режимов собственности различает теория прав собственности?

5. Что такое «пучок прав собственности» Поясните связь между теми правомочиями, которые входят в «пучок прав собственности» на актив, и ценностью этого актива?

6. В чем заключается общий смысл теоремы Р. Коуза?

7. Что такое «размывание» прав собственности?

8. Что является причиной размывания прав собственности? Приведите примеры.

9. Может ли экономическое благо находится в режиме свободного доступа?

10. Почему при общем доступе к ограниченному ресурсу происходит его истощение и какие способы противодействия этому явлению вам известны?

11. Каковы основные преимущества и недостатки режима частной собственности на некое благо?

12. К каким экономическими последствиям приводит режим коммунальной собственности на некое благо?

РАЗДЕЛ 2. ФИРМА И ГОСУДАРСТВО КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ СОГЛАШЕНИЯ

Тема 2.1. Теория контрактов в институциональной экономике.

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем состоит особенность определения контракта в новой институциональной экономической теории?
2. Какова роль контракта в системе экономических отношений?
3. Дайте характеристику основным видам контрактов.
4. Сравните структуру и параметры основных типов контрактов.
5. Какие факторы влияют на выбор типа контракта.
6. Какой контракт называется отношенческим?
7. Назовите основные характеристики отношенческого контракта.
8. Определите условия эффективности классического, неоклассического и отношенческого контрактов.
9. Какие требования предъявляются к полному контракту?
10. Какой ресурс называется «специфическим» и каковы характеристики специфичности ресурса?
11. За счет чего неоклассический контракт более гибкий, чем контракт классический?
12. В чем отличие экономических функций контрактов в теориях ex ante и ex post соответственно?

Тема 2.2. Контрактная природа фирмы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Как рассматривает фирму стандартная экономическая теория?
2. В чем особенности методологии институциональной теории фирмы?
3. Как Р. Коуз объясняет возникновение фирмы и ее границы?
2. Как объясняет границы фирмы О. Уильямсон?
3. Как объяснял возникновение фирмы Ф.Найт?
4. Перечислите основные аргументы критики теории фирмы Р.Коуза Алчианом и Демсецом
5. Что является основной причиной возникновения асимметричности информации и высоких издержек контроля над действиями агента?
6. Назовите основные формы оппортунистического поведения агента и издержек, с ним связанных.
7. Как можно решить проблему принципала и агента?
8. Какую организационно-правовую форму, скорее всего будут стремится придать своему бизнесу лица, обладающие уникальными профессиональными качествами (художники, писатели и др.)?

Тема 2.3. Институциональная теория государства.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое государство? Дайте определение государству с точки зрения различных наук, Какое из них Вы считаете наиболее полным?
2. Как Д.Норт определяет понятие «государство»?
3. С чем связано увеличение масштабов государства в последнее столетие?
4. Ради чего граждане добровольно отказываются от части своих «естественных» прав и передают их государству?
5. Каковы предпосылки существования контрактного государства?
6. Как объясняет появление государства теория эксплуатации Гоббса?
7. Как теория социального контракта Локка объясняет появление государства?
8. В чем отличие принципа гастролирующего бандита от оседлого бандита и как его можно применить в объяснении природы государства?
9. Что такое рентоориентированное поведение?
10. Какая роль, по мнению Т. Веблена, должна отводиться государству в экономической сфере?

РАЗДЕЛ 3. ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА

Тема 3.1. Теория общественного выбора в институциональной экономике.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что изучает теория общественного выбора?
2. Какая модель поведения положена в основу теории общественного выбора?
3. Что означает правило единогласия?
4. Что означает закон Грешема в политике?
5. В чем суть концепции политики как обмена?
6. Частное и общественное благо в чем отличия?
7. Какова процедура общественного выбора?
8. Каковы издержки общественного выбора и как они измеряются?
9. Что собой представляет» Парадокс голосования»?
10. Что такое общественная ставка дисконтирования?

Тема 3.2. Теория бюрократии.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое бюрократия?
2. Каково содержание теории рациональной демократии?
3. Что такое политическая рента?
4. Каковы причины возникновения бюрократической ренты?
5. Проблема «принципал-агент»

Тема 3.3 Бюрократия и поиск бюрократической ренты

1.Какова сущность лоббизма и логроллинга?
2.Что показывает закон «непредвиденных последствий»?
3.Какие факторы влияют на принятие решения государственными чиновника?
4. Что означает эффект отрицательных экстерналий отдельных статей бюджета?
5.Что общего и в чем отличия представительной и прямой демократии?

Тема 3.4. Институциональные проблемы коррупции.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое коррупция?
2. Каковы признаки коррумпированного поведения?
3. Каковы источники и причины коррупции?
4. Что такое системная коррупция?
5. Назовите основные признаки экономической коррупции?
6. Как проявляется политическая коррупция?
7. Можно ли подкуп избирателей квалифицировать как коррупция?
8. Какие способы сокрытия взяточничества используется в коррупционной практике?
9. Что собой представляет экспорт коррупции?
10. Каковы основные методы борьбы с коррупцией

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Введение в институциональную экономику

Тема 1.1. Институциональная теория и ее методологические основы

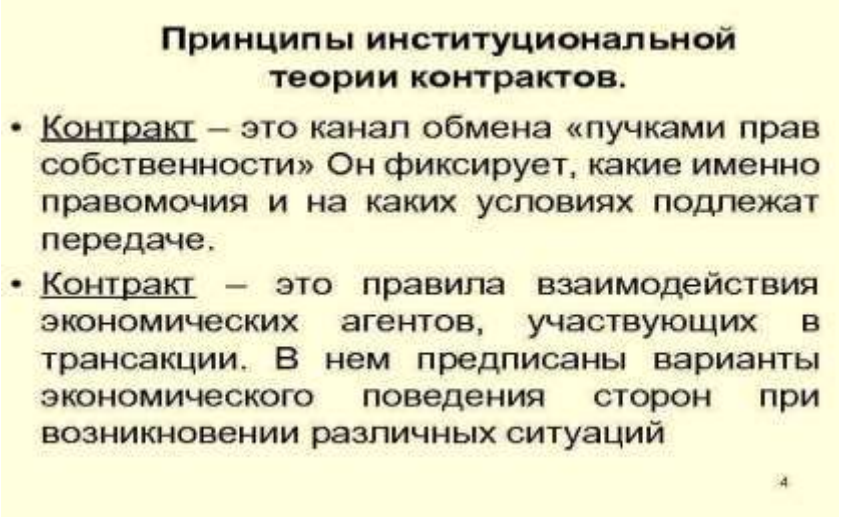
Тема 1.2. Институты и их роль в экономической жизни общества

Тема 1.3. Трансакции и трансакционные издержки.

Тема 1.4. Теория прав собственности.

Раздел 2. Фирма и государство как институциональные соглашения

Тема 2.1. Теория контрактов в институциональной экономике.



Тема 2.2. Контрактная природа фирмы.

Контрактная теория фирмы.

Авторы – Ф. Найт и Р.Коуз.
Причина существования фирмы. Неэффективность внешних контрактов ведет к росту трансакционных издержек.

Определение фирмы. Фирма представляет собой совокупность внутренних и внешних контрактов (метафора: «**пучок контрактов**»).

Она сталкивается с двумя типами затрат на обеспечение их выполнения: трансакционными издержками и издержками контроля (организационными издержками). **издержки контроля решают проблему безбилетника (**С ростом фирмы непосредственнаясвязь между трудом и его результатом исчезает).

Рынок и фирма. Рынок и фирма представляют собой альтернативные способы заключения контрактов. Рынок может трактоваться как сеть внешних контрактов, а фирма — как сеть внутренних контрактов.

Граница фирмы. Фирма существует между двумя видами издержек — трансакционными издержками, которые определяют нижнюю границу фирмы, ее минимальный размер, и издержками контроля, которые задают верхнюю границу, ее максимальный размер. **Организационные формы фирмы.** Контрактный подход к фирме позволяет выделить две принципиальные организационные формы фирмы: U-форму и M-форму.

Тема 2.3. Институциональная теория государства.

Раздел 3. Теория общественного выбора

Тема 3.1. Теория общественного выбора в институциональной экономике.

Тема 3.2. Теория бюрократии.

Тема 3.4. Институциональные проблемы коррупции.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на

определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в

письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь

представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый

письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Дисциплина (модуль): Институциональная экономика

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Методы и средства обучения
РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ		
Тема 1.1. Институциональная теория и ее методологические основы	Институционализм или институциональная экономика. Предмет институциональной теории. Общие методы. Трансакционный анализ. Эволюционный метод. Институциональное моделирование. Исторический метод. Клиометрика. Позитивная и нормативная институциональная теория. Экономический империализм. Экономическая ментальность. Методологический индивидуализм. Холизм. «Жесткое ядро» науки. Старый институционализм. Неоинституционализм. Конституционный выбор. Теория общественного выбора.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
Тема 1.2. Институты и их роль в экономической жизни общества	Ограниченная рациональность. Оппортунистическое поведение. Нормы и правила. Экономические правила. Права. Иерархия правил. Механизм принуждения к исполнению правил. Институты. Институциональная матрица. Функции институтов. Координационная функция институтов. Распределительная функция институтов. Неформальные нормы. Формальные правила. Институциональная система. Институциональная среда. Значение институтов. Факторы и скорость институциональных изменений. Институциональный конфликт. Институциональная ловушка. Недопроизводство институтов. Институциональный остаток. Теория экономической динамики. Адаптивная эффективность.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
Тема 1.3. Трансакции и трансакционные издержки. Институциональные инструменты их оптимизации.	Доверительные блага. Опытные блага. Исследуемые блага. Трансакция и ее содержание. Формы трансакций. Внутрифирменные и межфирменные трансакции. Трансакция рационирования. Трансакция управления. Торговая трансакция. Трансакционные издержки и их формы. Издержки выявления альтернатив.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

	Издержки заключения контрактов. Издержки измерения. Издержки оппортунистического поведения. Издержки спецификации и защиты прав собственности. Ex ante издержки и ex post издержи. Общие, специфические и интерспецифические активы. Виртуальные и реальные трансакционные издержки Трансформационные издержки. Влияние трансакционных издержек на экономическую деятельность.	
Тема 1.4. Теория прав собственности.	Внешние экстерналии. Внутренние экстерналии. Потребительские экстерналии. Права собственности и их исключительность. «Пучек» прав. Перечень Оноре. Свободный доступ. Спецификация и размывание прав собственности. Издержки мониторинга и защиты прав собственности. Государственная собственность. Коммунальная собственность. Частная собственность. Ресурсы общего пользования и эффект «трагедии общества». Влияние спецификации прав собственности на экономическую эффективность. Теорема Коуза.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
РАЗДЕЛ 2. ФИРМА И ГОСУДАРСТВО КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ СОГЛАШЕНИЯ		
Тема 2.1. Теория контрактов в институциональной экономике	Агентская проблема. Асимметрия информации. Неблагоприятный отбор. Вымогательство. Оппортунистическое поведение. Моральный риск. Постконтрактный оппортунизм. Способ организации сделки. Понятие контракта. Основные типы контрактов и их особенности. Специфические и неспецифические ресурсы. Контракт о продаже и контракт о найме. Характеристика властных отношений. Классический, неоклассический и отношенческий контракты. Явные и неявные контракты. Самовыполняющиеся контракты. Теория принципала- агента.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
Тема 2.2. Контрактная природа фирмы.	Агентские отношения. Институциональная и неоклассическая природа фирмы. Организационная структура фирмы. Специфические и неспецифические ресурсы. Оптимальные границы фирмы. Технологические преимущества. Причины неэффективности фирмы. Интеллектуальный капитал. Ресурсный подход.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
Тема 2.3. Институциональная теория государства.	Общественные блага. Частные блага. Коллективные блага. Проблема безбилетника. Внешние эффекты Отрицательный и положительный внешние эффекты. Спонтанный экономический	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

	порядок. Институциональная природа государства и его функции. Социальный контракт. Теория вертикального контракта. Институциональные модели государства. Государство Левиафан. Теория эксплуататорского государства. Теория оседлого бандита. Теория кочующего бандита.	
РАЗДЕЛ 3. ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА		
Тема 3.1. Теория общественного выбора в институциональной экономике	Методология общественного выбора. Правило единогласия Викселя. Концепция политики как обмена. Миф о благонамеренности. Частное благо и общественное благо. Цель политической деятельности. Общественная оценка и квази –несклонность к рынку. Закон Грешема в политике. Частный выбор индивида. Общественный выбор индивида. Издержки общественного выбора. Процедура общественного выбора. Парадокс голосования. Политика без правил. Общественная ставка дисконтирования. Ловушка высокого налога. Инфляционная ловушка. Ловушка государственного долга. Распределительная справедливость и политика распределения Налоговые правила и распределение в условиях правила прямого большинства.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
Тема 3.2. Теория бюрократии	Экономическая теория демократии. Бюрократ. Теория рациональной демократии М.Вебера. Теория поиска ренты и рентоориентированное поведение. Бюрократическая рента. Политическая рента.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
Тема 3.3 Бюрократия и поиск бюрократической ренты	Временные лаги. Закон непредвиденных последствий. Эффект отрицательных экстерналий отдельных статей бюджета. Проблема «принципал-агент». Парадокс голосования. Теорема невозможности К.Эрроу. Лоббизм. Логроллинг. Конституция экономической политики.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
Тема 3.4. Институциональные проблемы коррупции	Сущность, основное содержание и характеристики коррупции. Источники и причины коррупции. Социально-негативные последствия коррупции. Институционализация коррупции. Формы проявления коррупции. Индекс восприятия коррупции. Экспорт коррупции. Методы борьбы с коррупцией. Особенности антикоррупционной политики современной России.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

Тема 1.1. Институциональная теория и ее методологические основы

Перечень изучаемых элементов содержания

Институционализм или институциональная экономика. Предмет институциональной теории. Общие методы. Трансакционный анализ. Эволюционный метод. Институциональное моделирование. Исторический метод. Клиометрика. Позитивная и нормативная институциональная теория. Экономический империализм. Экономическая ментальность. Методологический индивидуализм. Холизм. «Жесткое ядро» науки. Старый институционализм. Неоинституционализм. Конституционный выбор. Теория общественного выбора.

Тема 1.2. Институты и их роль в экономической жизни общества

Перечень изучаемых элементов содержания

Ограниченная рациональность. Оппортунистическое поведение. Нормы и правила. Экономические правила. Права. Иерархия правил. Механизм принуждения к исполнению правил. Институты. Институциональная матрица. Функции институтов. Координационная функция институтов. Распределительная функция институтов. Неформальные нормы. Формальные правила. Институциональная система. Институциональная среда. Значение институтов. Факторы и скорость институциональных изменений. Институциональный конфликт. Институциональная ловушка. Недопроизводство институтов. Институциональный остаток. Теория экономической динамики. Адаптивная эффективность.

Тема 1.3. Трансакции и трансакционные издержки. Институциональные инструменты их оптимизации.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Доверительные блага. Опытные блага. Исследуемые блага. Трансакция и ее содержание. Формы трансакций. Внутрифирменные и межфирменные трансакции. Трансакция рационирования. Трансакция управления. Торговая трансакция. Трансакционные издержки и их формы. Издержки выявления альтернатив. Издержки заключения контрактов. Издержки измерения. Издержки оппортунистического поведения. Издержки спецификации и защиты прав собственности. Ex ante издержки и ex post издержи. Общие, специфические и интерспецифические активы. Виртуальные и реальные трансакционные издержки Трансформационные издержки. Влияние трансакционных издержек на экономическую деятельность.

Тема 1.4. Теория прав собственности.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Внешние экстерналии. Внутренние экстерналии. Потребительские экстерналии. Права собственности и их исключительность. «Пучек» прав. Перечень Оноре. Свободный

доступ. Спецификация и размывание прав собственности. Издержки мониторинга и защиты прав собственности. Государственная собственность. Коммунальная собственность. Частная собственность. Ресурсы общего пользования и эффект «трагедии общества». Влияние спецификации прав собственности на экономическую эффективность. Теорема Коуза.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: ***Предмет и методы институциональной теории.***
Форма практического задания: Эссе.
Темы:

1. Раскройте основные идеи родоначальников «старого институционализма».
2. Покажите отличительные особенности идей классиков неоинституционализма.
3. Опираясь на труды основоположников институциональной теории сформулируйте ее предмет и функции.
4. Опишите основные направления институциональной теории и вклад ведущих ученных, занимающихся их разработкой.
5. Раскройте каковы предпосылки и источники возникновения институционализма, кто стоял у источников институциональной теории.
6. Что общего между теорией Дж.Коммонса и неоинституциональной теорией.
7. Какие научные школы теории рационального выбора вам известны, опишите наиболее известных представителей каждой из школ.

Тема практического занятия: ***Проблема обеспечения координации.***
Форма практического задания: Кейс-задание.

Парень и девушка решили пойти в кино и договорились встретиться в метро на станции «Комсомольская». Однако, они не предусмотрели, что в московском метро с таким названием есть две станции, которые находятся на различных линиях. Одна на Кольцевой линии, а другая на Сокольнической. Возникает проблема координации. Если молодые люди придут на одну и туже станцию, их встреча состоится, и они смогут достичь своей цели сходить в кино. Если они будут ожидать друг друга на разных станциях, то этого не произойдет и скорее всего посмотреть фильм им не удастся.

Задание

1. Составьте матрицу, с помощью которой можно описать подобное взаимодействие.
2. Найдите и дайте характеристику возможным равновесным ситуациям предложенного примера.
3. Опишите какие социально-экономические явления могут обеспечить наиболее оптимальное взаимодействие сторон в подобной ситуации.

Тема практического занятия: ***Измерение трансакционных издержек.***
Форма практического задания: Кейс-задание.

Фирме необходимо провести маркетинговое исследование для выяснения емкости рынка рыбной продукции в Москве. При этом фирма может сделать эту работу самостоятельно, или заказать исследование у специализированной компании. Очевидно, что главным критерием принятия того, или иного решения будет величина затрат.

Цена исследования маркетинговой компании составляет 6000$. Производственные издержки опроса как как для самой фирмы, так и для маркетинговой компании составляют:

- оплата труда агентов, производящих опрос - 1000$;
- оплата респондентов, участвующих в опросе - 1000$;

- печать анкет - 200$.

Следует иметь в виду, что кроме этого фирма при выборе имеющихся альтернатив столкнется с необходимостью покрыть следующие трансакционные издержки:

-постановка задач исследования - 200$;

-поиск и сравнение предложений маркетинговых компаний - 400$;

-заключение договора с маркетинговой компанией и контроль за выполнением ею работы – 300$;

- разработка анкеты и плана опроса – 1800$;

- поиск и выборка аудитории для опроса – 1500$;

- отбор и консультация персонала для проведения опроса – 500$;

- обработка материалов и подготовка отчета – 1500$.

Задание.

1. Определить сумму трансакционных издержек при самостоятельном проведении маркетингового исследования.
2. Определить сумму трансакционных издержек при выборе маркетинговой компании.
3. Рассчитать сумму общих трасакционных издержек фирмы и маркетинговой компании, если последняя привлекается к проведению исследования.
4. Какую альтернативу скорее всего выберет фирма, самостоятельно проводить маркетинговое исследование, или обратиться в специализированную компанию.

Тема практического занятия: ***Роль прав собственности в распределении благ на основе теоремы Коуза.***

Форма практического задания: Кейс-задание.

Населенный пункт Солнечное находится в близи аэропорта из которого ежедневно совершается 10 рейсов. В летний период, когда грузопоток возрос руководство аэропорта решило организовать еще один дополнительный рейс ежедневно. С вводом его в эксплуатацию издержки аэропорта составят 1000$, а общий доход 1500$ ежедневно. Следует иметь в виду, что в силу особенностей аэропорта этот дополнительный 11 рейс может производиться только в ночное время, а это означает, что шум двигателей самолетов будет существенно мешать сну граждан населенного пункта. Постоянное недосыпание отразиться на производительности и снизит доходы жителей на 600$ ежедневно.

Задание. Нужно определить будет ли организован дополнительно 11 рейс если:

1. Право на запрещение организацию дополнительного 11 рейса принадлежит аэропорту.
2. Право на запрещение организацию дополнительного 11 рейса принадлежит жителям населенного пункта.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – тестовые задания

Тесты:

1. *Основоположниками американского институционализма традиционно считаются:*

а) Р. Коуз;
б) Т. Веблен;
в) Д. Норт;
г) О. Уильямсон.

2. *Какое из приведенных определений не является определением института:*

а) совокупность ролей и статусов, предназначенная для удовлетворения определенной потребности;

б) объединение граждан для защиты общих интересов;

в) принятая в настоящее время система общественной жизни;

г) коллективное действие по контролю, освобождению и расширению индивидуального действия.

3. *К социально-экономическим институтам, снижающим трансакционные издержки оппортунистического поведения на рынке труда относится:*

а) рекомендательные письма;

б) резюме соискателя рабочего места;

в) ставка заработной платы;

г) документ, об окончании учебного заведения.

4. *Трансакция это:*

а) любая сделка, совершаемая между экономическими агентами;

б) сделка, ведущая к обмену товарами, но не услугами;

в) издержки ведения переговоров;

г) издержки поиска информации.

5. *К трансакционным издержкам относятся*

а) издержки, связанные с текущей производственной деятельностью;

б) цена колбасы в магазине;

в) затраты на охрану предприятия;

г) затраты на оплату труда дантиста в зубоврачебной клинике.

6. *К факторам, обеспечивающим действенность неформальных правил, нельзя отнести:*

а) юридические санкции;

б) социальные санкции;

в) внутреннюю обязательность правил для человека;

г) остракизм.

7. *Принцип полной рациональности заключается в*

а) оптимизации индивидуальной функции полезности;

б) соответствии между поставленными целями и используемыми средствами;

в) последовательном применении принятого правила рациональности;

г) отсутствии ограничений индивидуальной функции полезности в виде затрат на получение и обработку информации.

8. *Принцип ограниченной рациональности представляет собой:*

а) рациональность индивидуального выбора, ограниченная коллективными нормами и правилами;

б) стремление к полной рациональности выбора, ограниченное наблюдаемыми изменениями внешних факторов, воздействующих на экономического агента;

в) стремление к рациональности выбора в условиях недостатка информации;

г) стремление получить максимальный выбор при минимальных затратах.

9. *Пучок правомочий в классификации А. Оноре состоит из:*

а) 3 правомочий;

б) 5 правомочий;

в) 7 правомочий;

г) 11 правомочий.

10. *Спецификация прав собственности это:*

а) процесс уточнения особенностей применения прав собственности в различных отраслях экономики;

б) процесс обеспечения исключительного характера прав собственности, часто заключающийся в закреплении отдельных правомочий за разными экономическими агентами;

в) процесс, направленный на то, чтобы собственник вновь обрел полноценный контроль над своей собственностью;

г) процедура распределения полномочий в организации.

11. *Под размыванием прав собственности понимается:*

а) возможность передачи собственником отдельных своих правомочий различным экономическим агентам;

б) разделение собственности предприятия между государством и частными инвесторами;

в) невозможность обеспечить контроль собственника за обеспечением отдельных его правомочий;

г) распылением акционерного капитала фирмы между значительным количеством мелких акционеров

РАЗДЕЛ 2. ФИРМА И ГОСУДАРСТВО КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ СОГЛАШЕНИЯ

Тема 2.1. Теория контрактов в институциональной экономике

Перечень изучаемых элементов содержания

Агентская проблема. Асимметрия информации. Неблагоприятный отбор. Вымогательство. Оппортунистическое поведение. Моральный риск. Постконтрактный оппортунизм. Способ организации сделки. Понятие контракта. Основные типы контрактов и их особенности. Специфические и неспецифические ресурсы. Контракт о продаже и контракт о найме. Характеристика властных отношений. Классический, неоклассический и отношенческий контракты. Явные и неявные контракты. Самовыполняющиеся контракты. Теория принципала- агента.

Тема 2.2. Контрактная природа фирмы.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Агентские отношения. Институциональная и неоклассическая природа фирмы. Организационная структура фирмы. Специфические и неспецифические ресурсы. Оптимальные границы фирмы. Технологические преимущества. Причины неэффективности фирмы. Интеллектуальный капитал. Ресурсный подход.

Тема 2.3. Институциональная теория государства.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Общественные блага. Частные блага. Коллективные блага. Проблема безбилетника. Внешние эффекты Отрицательный и положительный внешние эффекты. Спонтанный экономический порядок. Институциональная природа государства и его функции. Социальный контракт. Теория вертикального контракта. Институциональные модели государства. Государство Левиафан. Теория эксплуататорского государства.

Теория оседлого бандита. Теория кочующего бандита.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Сравнительные характеристики различных видов контрактов и фирм. Выбор наиболее перспективных форм.

Форма практического задания: Расчетное практические задания.

Расчетное практическое задание 1.

Сравните структуру и параметры основных типов контрактов. Результаты представьте в табличной форме

Контракт/ характеристика	Классический	Неоклассический	Имплицитный
Характеристика сторон контракта			
Форма контракта			
Отношения между сторонами			
Период, на который заключается контракт			
Способ адаптации к неопределенным обстоятельствам			
Стимулы к выполнению условий контракта			
Санкции за неисполнение условий контракта			
Инстанция, в которой разрешаются конфликты			
Примеры			

Расчетное практическое задание 2.

Предположим, вы являетесь агентом по продажам и вам предложено на выбор три контракта: первый предполагает высокое фиксированное вознаграждение (базовую заработную плату) и низкий уровень комиссионных, второй низкое фиксированное вознаграждение и высокий уровень комиссионных, третий - еще более низкое фиксированное вознаграждение и максимально высокий уровень комиссионных. Как будет зависеть выбор контракта от конъюнктуры рынка? Изобразите графически

Расчетное практическое задание 3.

Сравните основные характеристики фирмы в неоклассическом и институциональном подходах

Характеристики	Неоклассическая теория фирмы	Институциональная теория фирмы
Сущность фирмы		

Объект управления		
Субъект управления		

Тема практического занятия: Функции государства**.**

Форма практического задания: Кейс-задание.

1. Современная экономика все больше нуждается в общественных благах, что приводит к расширению функций государства. Но это создает проблему возможность неоправданного расширение его границ. Каким образом определяются границы государства и границ его вмешательства в экономику в институциональной теории. Почему сохраняется угроза превращения государства в Левиафана Т. Гобса.

2. Каким образом происходит создание социального контракта между государством и его гражданами. В чем заключается отличие горизонтального от вертикального контракта. Как эти процессы можно объяснить при помощи моделей оседлого бандита и контрактного государства.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля – тестовые задания

Тесты:

1.Контракт-это

а) правила, структурирующие в пространстве и во времени обмен между двумя и более экономическими агентами посредством определения обмениваемых прав и взятых обязательств, и определения механизма их исполнения;

б) документ, подписанный двумя сторонами сделки, выражающий их волю к совершению определенных трансакций, направленных на достижение несовпадающих, но взаимосвязанных экономических интересов;

в) соглашение субъектов рыночной деятельности, соответствующее нормам закона и зарегистрированное в установленном порядке органами государственной власти, которые приняли на себя защиту условий соблюдения соглашения;

г) действие, противопоставляющее себя другому экономическому действию, и имеющее целью достижение координации усилий для обеспечения дополнительной экономической выгоды координируемых субъектов деятельности.

2. Гарантом выполнения условий классического контракта выступает:

а) государство;

б) фирма;

в) сами экономические субъекты;

г) нет верного ответа.

3. Издержки, которые не отражены в условиях контракта называются:

а) внешние эффекты;

б) трансакционные издержки;

в) бухгалтерские издержки;

г) трансформационные издержки.

4. Вы заключили со своим другом пари, призвав в свидетели вашего общего знакомого, который известен вам обоим своей непредвзятостью. Какой тип контракта вы заключили:
а) классический;
б) неоклассический;
в) отношенческий;
г) такое пари нельзя считать контрактом.

5. Соревнование агентов как способ ограничения проблемы «принципал-агента» целесообразно применять:
а) в сплоченных коллективах;
б) при выполнении коллективной работы;
б) вне зависимости от системы ценностей, распространенной в трудовом коллективе;
г) в ситуациях, когда можно внятно оценить вклад каждого работника.

6. Фирма в институциональной теории это:
а) сложная иерархическая структура, действующая в условиях рыночной неопределенности;
б) производственная единица, деятельность которой описывается производственной функцией, а целью является максимизация прибыли;
в) система взаимодействия разных уровней проявления предпринимательской функции;
г) нет верного ответа.

7. Если рассматривать фирму с точки зрения технологического подхода, или производственной функции, то оптимальные ее размеры достигаются в случае:
а) полной загрузки производственных площадей;
б) исчерпания экономии от масштаба;
в) установление максимально высоких цен на свою продукцию;
г) все предыдущие ответы верны.

8. Дивизиональная организационная структура фирмы обладает преимуществом если:
а) фирма достигает больших размеров, продавая стандартизированную продукцию в одном из регионов страны, где она территориально расположена;
б) основной целью деятельности фирмы являются научно-технические разработки;
в) условия на рынках реализации продукции быстро меняются, а организация достаточно велика по своему размеру;
г) если фирма относиться к категории малых предприятий.

9. Какой из перечисленных ниже видов ресурсов является, на ваш взгляд, специфическим:
а) знание наизусть таблицы умножения;
б) умение работать на компьютере;
в) стандартная марка стали
г) уникальный акробатический трюк, выполняемый группой из трех акробатов.

10. Оптимальные размеры фирмы, с точки зрения институционального подхода

достигаются в случае:
а) минимальных издержек на коалицию ресурсов их владельцами;
б) минимального количества трансакций, определяемых рыночным механизмом;
в) равенства предельных издержек рыночных трансакций и предельных трансакций внутри фирмы;
г) нет верного ответа.

11. В рамках институционального подхода границы государства определяются:
а) его захватнической позицией;
б) его способностью осуществлять контроль на определенной территории и облагать налогами граждан;
«правилами игры» на определенной территории;
в) политической волей групп интересов;
г) установлением формальных «правил игры» на определенной территории**.**

12. В рамках неоинституциональной теории причиной появления государства является:
а) минимизация трансакционных издержек;
б) способность государства управлять экономическими процессами;
в) «присмотр» за рыночным механизмом;
г) политическая воля отдельных групп интересов.

13. Государство, которое стремиться максимизировать свой доход, неоинституционалисты называют:
а) моделью «стационарного бандита»;
б) моделью восточной деспотии;
в) паутинообразной моделью;
г) моделью «бандита гастролера».

14. Условие минимально допустимого вмешательства государства в экономику:
а) фиаско рынка;
б) защита покупателя;
в) защита отечественного товаропроизводителя;
г) контроль над ценами на основные продукты питания.

РАЗДЕЛ 3. ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА

Тема 3.1. Теория общественного выбора в институциональной экономике

Перечень изучаемых элементов содержания:

Методология общественного выбора. Правило единогласия Викселя. Концепция политики как обмена. Миф о благонамеренности. Частное благо и общественное благо. Цель политической деятельности. Общественная оценка и квази –несклонность к рынку. Закон Грешема в политике. Частный выбор индивида. Общественный выбор индивида. Издержки общественного выбора. Процедура общественного выбора. Парадокс голосования. Политика без правил. Общественная ставка дисконтирования. Ловушка высокого налога. Инфляционная ловушка. Ловушка государственного долга. Распределительная справедливость и политика распределения Налоговые правила и распределение в условиях правила прямого большинства.

Тема 3.2. Теория бюрократии

Перечень изучаемых элементов содержания:

Экономическая теория демократии. Бюрократ. Теория рациональной демократии М.Вебера. Теория поиска ренты и рентоориентированное поведение. Бюрократическая рента. Политическая рента.

Тема 3.3 Бюрократия и поиск бюрократической ренты.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Временные лаги. Закон непредвиденных последствий. Эффект отрицательных экстерналий отдельных статей бюджета. Проблема «принципал-агент». Парадокс голосования. Теорема невозможности К.Эрроу. Лоббизм. Логроллинг. Конституция экономической политики.

Тема 3.4. Институциональные проблемы коррупции

Перечень изучаемых элементов содержания:

Сущность, основное содержание и характеристики коррупции. Источники и причины коррупции. Социально-негативные последствия коррупции. Институционализация коррупции. Формы проявления коррупции. Индекс восприятия коррупции. Экспорт коррупции. Методы борьбы с коррупцией. Особенности антикоррупционной политики современной России.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: ***Теория общественного выбора.***

Форма практического задания: эссе, расчетно-практическое задание.

Темы эссе:

1.. Веберовская демократия и современное общество.

2. Идея Дж. Бьюкенена «Совершенствование структуры законов важнее выбора «хороших» людей в составе правительства» и возможность ее реализации в России (возможные препятствия, последствия и т.д.).

3. Показать механизм принятия решения государственными чиновниками на конкретных примерах мероприятий экономической политики.

4. В чем суть парадокса голосования и как он используется на практике.

5. Развитие института коррупции в России, его возможные национальные и экономические особенности.

6. Сравнительный анализ эффективности мер по борьбе с коррупцией в России и отдельных европейских странах.

7. Сравнительная оценка поведенческой мотивации праздного класса Т. Веблена в Америке конца XIX- начала XX века и класса «новых русских» конца XX- начала XXI века.

Расчетное практическое задание.

Учитывая парадокс голосования, определите последовательность целей и помогите Малышу выполнить его желание, при условии, что в голосовании должны участвовать поочередно все желания. Рассмотрите все возможные ситуации

Желания малыша и группы влияния

Желания	**Предпочтения**

	мама	малыш	брат
Купить торт	1	3	2
Купить собаку	2	1	3
Пригласить Карлсона в гости	3	2	1

Тема практического занятия: Коррупция как социально-экономический институт

Форма практического задания: эссе

Темы эссе:

1. Правовое государство и коррумпированное.
2. Сущность и содержание коррупции.
3. Социально-политические и экономические причины коррупции.
4. Процесс институционализации коррупции.
5. Формы коррупционных проявлений.
6. Механизмы экспорта коррупции.
7. Опыт борьбы с коррупцией в дореволюционной России.
8. Антикоррупционный опыт советской власти.
9. Антикоррупционная политика современной России.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – тестовые задания

Тесты

1. Представительная демократия по отношению к прямой демократии обладает следующими преимуществами:

а) более простым процессом голосования;

б) отсутствием возможности лоббирования;

в) отсутствием возможности логроллинга;

г) более низкими издержками принятия решения.

2. В соответствии с теорией общественного выбора на принятие решения государственными чиновниками в меньшей степени влияют:

а) частные интересы;

б) общественные интересы;

в) «правила игры»;

г) институциональная переменная.

3. К факторам, которые приводят к принятию решений не в пользу большинства членов общества помимо воли политиков, относятся:

а) временные лаги;

б) оппортунистическое поведение политиков;

в) лоббизм;

г) логрролинг.

4. Модель рационального поведения политика предполагает:

а) MR=TR

б) MC=AC

в) MR=MC

г) MC=TC

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) УСЛУГИ КЕЙТЕРИНГА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

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

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

С этой целью:

5. внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
6. ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
7. внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
8. запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
9. постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
10. узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе,

конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Раздел 1. Кейтеринг как форма предоставления услуг питания.

Цели занятия: *формирования у студентов практических навыков в сфере кейтеринг индустрии*, готовности к трудовой и творческой деятельности в области ресторанного сервиса, формирование у студентов готовности к самообразованию и самосовершенствованию в многогранной гостиничной деятельности; формирования у студентов практических знаний в области технологий выездного обслуживания, готовности к трудовой и творческой деятельности в области ресторанного сервиса, формирование у студентов готовности к самообразованию и самосовершенствованию в многогранной гостиничной деятельности.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: методы – лекции, видеоматериалы, средства – презентации, видеофильмы, записи на доске.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Кратко:

История возникновения и развития кейтеринга. Кейтеринг в сфере общественного питания. Виды выездного ресторанного обслуживания. Лидеры мировой кейтеринг индустрии. Кейтеринг в современной жизни. Кейтеринг и его история. Современное направление развития культуры сервировки.

Планирование пространства для проведения выездного мероприятия. Разработка меню с учетом особенностей места проведения и типа мероприятия. Расчеты объемов блюд. Тестинг. Расчеты и заявки на производство; расчет персонала для обслуживания. Предварительная дегустация блюд для оценки их вкусовых качеств и документального утверждения меню.

Подробно:

Услуга выездного обслуживания появилась в России не так давно, приблизительно в начале 90-х годов прошлого столетия. И сразу стала пользоваться большой популярностью, ведь она позволяет проводить все виды мероприятий в абсолютно любом месте.

В дословном переводе с английского языка «кейтеринг» означает «доставка». Во всем мире так называют выездное ресторанное обслуживание, главной особенностью которого стало то, что не клиент приходит в ресторан, а ресторан приезжает к заказчику.

Родиной кейтеринга считается Франция, а его родоначальником был Жан Франсуа Ватель. Именно там, во время правления короля Людовика XIV, впервые стали проводить выездные пиры с разнообразными угощениями и большой развлекательной программой для многочисленных гостей.

Король-Солнце любил все прекрасное. Это касалось всего и еды в том числе. Именно в его время возникла знаменитая французская кухня, стали уделять особое внимание сервировке стола, красочной подаче блюд и различным переменам.

Франсуа Ватель был не самым лучшим поваром, но лучшим метрдотелем того времени. Ему нельзя было отказать в выдумке и прекрасных организаторских способностях. Ватель приглашал на свои светские приемы лучших музыкантов, актеров, магов и циркачей. Площадки для гостей украшались лучшими декораторами того времени, помимо изысканных и самых разных угощений предлагалась необыкновенная развлекательная программа с интересными представлениями и фейерверками.

После его самоубийства (он бросился на шпагу незадолго до важного приема, так как опасался, и как оказалось зря, что заказанная рыба не будет доставлена вовремя), Ватель стал символом верности долгу французских поваров, готовых на все, ради любви к своему искусству.

Новое развитие кейтеринга в XX веке

Кейтеринг в современной интерпретации возник в начале XX века в Америке, когда шло большое строительство небоскребов и где работало очень много строителей. Чтобы не терять время на прием пищи, для строителей ее стали привозить прямо на строительные площадки.

Затем со строительных площадок кейтеринг стал распространяться на промышленные предприятия и крупные офисные центры. Готовые обеды стали привозиться прямо на рабочее место, что позволило сократить время на питание сотрудников до минимума.

Сегодня эта разновидность кейтеринга также довольно популярна. Это так называемый разъездной кейтеринг и он используется для организации питания на строительных или съемочных площадках, в крупных офисных центрах, т.е. там, где требуется обеспечить горячими обедами большие группы людей.

Затем услуги по выездному ресторанному обслуживанию стали востребованы при проведении частных и деловых мероприятий – юбилеев, свадеб, светских приемов и в итоге кейтеринг приобрел современный облик и стал неотъемлемой частью сервиса в области общественного питания.

Сегодня в сфере кейтеринга трудятся сотни тысяч больших и малых компаний, а лидерами являются транснациональные корпорации, такие как Compass Group, Aramark, Sodexo, представительства которых есть в более чем 80 странах мира.

Кейтеринг в России

Выездное обслуживание появилось в современной России и стало стремительно набирать популярность в конце XX века. Кейтеринговые компании работали вначале только в Москве и Санкт-Петербурге, а XXI веке выездное облуживание появилось во многих больших и малых городах по всей России.

Сегодня кейтеринг компании стали не просто доставщиками еды, это полноценные event-компании, которые предлагают заказчику полный комплекс услуг по организации различных мероприятий. Тем более, что круг возможностей кейтеринга огромен.

Сегодня предлагается выездное обслуживание в помещении и вне его, обслуживание VIP-мероприятий и социальный кейтеринг, доставка заказчику готовых блюд, выездной бар, организация питания сотрудников (ежедневная доставка готовых обедов), организация питания пассажиров железнодорожного, морского, авиационного транспорта.

Кейтеринг — это предоставление ресторанных услуг вне специализированного заведения. Востребован в случаях, когда нужно провести корпоратив, светский прием, конференцию, пикник и другое подобное мероприятие у заказчика дома, в офисе, отеле, парке и др. Любое из этих торжеств легче организовать при помощи кейтеринговой службы. Она поможет вам провести мероприятие на самом высоком уровне, сэкономив силы, время и даже деньги.

Сотрудники кейтеринговых служб:

- обеспечивают питание работников компаний прямо в офисах;
- полностью обслуживают крупные мероприятия (свадьбы, юбилеи, дни рождения), в том числе и на выезде;
- организовывают питание туристов;
- обеспечивают кормление во время авиаперелетов;
- продают готовые блюда в розницу.

Особенности организации фуршета

Этот формат обладает своей уникальностью, ведь он проводится «на ногах». Это означает, что не будет традиционных столов и стульев с четко распланированной рассадкой гостей. Вместо этого приглашенных ждет демократичная сервировка праздничного стола, к которому может подойти каждый.

Организация фуршета имеет свои особенности:

- Столы с едой и напитками располагаются так, чтобы к ним был удобный доступ со всех сторон без ограничения передвижения по залу или территории.
- Меню представляет собой порционные блюда – это могут быть закуски, десерты, салаты, мясные блюда.
- Никаких стульев или кресел рядом со столами не предполагается.
- Более неформальная обстановка, так как можно свободно перемещаться и общаться с людьми.

Выездные мероприятия могут проводиться на разные торжества, что стоит учесть при планировании места его проведения и разработке меню. При этом можно заказать кейтеринг на фуршет как на свадьбу или выпускной вечер, так и на корпоративную вечеринку, акцентируя внимание на концепции:

- Праздничная концепция допускает наличие на столе выпечки, десертов, пирожков, круассанов. Неформальная обстановка открывает большие возможности в плане сервировки или дизайна, поэтому можно смело воплощать свои идеи.
- Деловая концепция предполагает подачу небольших закусок без посуды, поэтому обычно выбор делается в пользу канапе, тостов, тарталеток. Рабочий настрой подчеркивает строгость и безупречность оформления блюд, отсутствие яркой сервировки – столы должны выглядеть предельно четко и респектабельно.

Блюда должны отвечать требованиям свежести, красивого оформления, разнообразия выбора и удобной порционной подачи, в каком бы формате ни организовывалось мероприятие.

При организации нужно сразу обсуждать с компанией по выездному обслуживанию мельчайшие детали, чтобы ваш праздничный стол порадовал разнообразием вкусных и свежих блюд. Для заказа меню важную роль играют следующие данные:

- Количество гостей.
- Дату и время проведения торжества.
- Формат мероприятия (деловой, неформальный).
- Предпочтения в еде.
- Примерный бюджет.

Популярные ошибки при организации фуршета

Офис, загородный дом, парк, ресторан или терраса кафе – все эти места идеально подходят для организации фуршета. Однако для того, чтобы праздник прошел весело и без проблем, важно внимательно отнестись к его подготовке.

Чаще всего в не допускаются несколько ошибок:

- Слишком мало места. Так как предполагается прием пищи стоя, важно, чтобы расстояние между столами было достаточно, чтобы к ним оставался удобный доступ. А для этого само пространство должно быть немаленьким, особенно если в нем планируется отвести место для танцев или конкурсов.

- Слишком долгое мероприятие. Стандартом считается временной промежуток от одного до трех часов. Этого времени достаточно, чтобы гости успели пообщаться, но не устали, тем более если никаких посиделок не запланировано.
- Неправильная сервировка. На фуршете принято размещать холодные и горячие закуски на один стол, горячительные напитки и соки – на другой. При этом на виду должны быть блюда, которые могут изменить цвет или свойства из-за температуры. Что касается напитков, то они сразу разливаются по бокалам, если не предусмотрено обслуживание официантов.
- Нехватка блюд. Составляя меню, стоит учитывать следующее: на одного гостя должно приходиться примерно 400-500 граммов закусок. Изысканным считается меню, если в нем минимум 13-14 холодных закусок, 2-3 горячие закуски, а также есть кофе и чай.
- Отсутствие чистой посуды. В ней может возникнуть необходимость в любой момент, поэтому у гостей всегда должны быть под рукой чистые тарелки, стаканы, приборы.

Если выездной фуршет организуется на природе, стоит подумать о том, как защитить гостей на случай непогоды. Не помешает легкая мебель, чтобы приглашенные могли присесть и отдохнуть, при этом столы и стулья располагаются вдали от сервированных столов.

Соблюдение стандартов приготовления и подачи блюд

Ответственная кейтеринговая компания всегда будет следить за соблюдением санитарных норм и стандартов безопасности. Это правила элементарной гигиены труда, когда просто должно быть так и не может быть иначе.

Сюда входит санитарная обработка поверхностей, оборудования, посуды и приборов, разделение зон для пищи и сервировки с соблюдением температурных режимов, медицинские книжки у сотрудников кейтеринга.

А еще такие компании заказывают продукты у сертифицированных поставщиков, где прозрачно происхождение продуктов, и клиенты могут при желании проверить сертификаты качества. Это контроль качества, когда при приготовлении блюд используются только сертифицированные и безопасные продукты.

Организация безопасных условий работы

Обеспечение пожарной безопасности тоже необходимый пункт: перед мероприятием нужно проверять наличие огнетушителей и доступа для всех к эвакуационным выходам. Зоны приготовления также должны быть проверены на исправность розеток и проводки. Персонал должен обучаться тому, как действовать в чрезвычайных ситуациях, чтобы обеспечить безопасность: свою и гостей.

Тема лекционного занятия: Раздел 2. Общие требования к кейтерингу. Виды кейтеринговых услуг

Цели занятия: овладение студентами знаний в области нормативно-правового регулирования деятельности кейтеринговых услуг; студент должен знать специфику работы кейтеринговых компаний; виды кейтерингового обслуживания, процесс оказания услуг, различные типы организационных структур данных компаний, х преимущества и недостатки.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: методы – лекции, видеоматериалы, средства – презентации, видеофильмы, записи на доске.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Кратко:

Услуги общественного питания и требования к ним. ГОСТ 31984-2012 Услуги общественного питания. Общие требования. Виды услуг, их характеристика, общие требования к ним, требования к безопасности услуг.

Виды кейтеринговых услуг. Классификация кейтеринга. Три основных вида кейтеринга: приготовление пищи и оказание выездных услуг, приготовление пищи за пределами помещения

и выездное обслуживание и контракт на поставку готовых к потреблению блюд. Виды кейтеринга по типу оказания услуг. Тайм-кейтеринг (кейтеринг события). Плейс-кейтеринг (контрактный кейтеринг).

Подробно:

Виды кейтеринга различают по месту, способу оказания услуг и их стоимости: событийный кейтеринг (питание гостей на частном празднике или торговая точка на общегородском празднике), питание в транспорте (в том числе авиационный кейтеринг или бортовое питание), социальное питание (образовательные и медицинские учреждения, корпоративное питание, в исправительных заведениях, армии и т. д.)

- приготовление пищи в помещении;
- приготовление пищи вне помещения (выездное ресторанное обслуживание);
- контракт на поставку (доставка в офис);
- социальный кейтеринг;
- розничная продажа готовой кулинарной продукции;
- VIP-кейтеринг;
- медицинский кейтеринг;
- кейтеринг напитков и коктейлей (выездной бар);
- авиакейтеринг;
- концертный кейтеринг (выполнение требований райдера артистов);

и другие.

Виды кейтеринга:

- Приготовление пищи в помещении;
- Приготовление пищи вне помещения (выездное ресторанное обслуживание);
- Контракт на поставку (доставка в офис);
- Социальный кейтеринг;
- Розничная продажа готовой кулинарной продукции;
- VIP-кейтеринг
- Кейтеринг напитков и коктейлей (выездной бар).

Кейтеринг в помещении (on-premise catering) — один из самых популярных видов кейтеринга, имеющий много общего с традиционным ресторанным обслуживанием. Помимо организации стола, клиенту предлагается соответствующим образом оборудованное помещение, которое может быть использовано для проведения различных мероприятий. Обычно залы рассчитаны на прием от двухсот до нескольких тысяч человек. Помещения для такого вида кейтеринга называются банкетными залами, а одно из его преимуществ — все необходимое кейтеринг оборудование размещено в здании, где проходят приемы. Здесь есть в наличии кухня для подготовки и приготовления блюд, холодильное помещение для хранения продуктов, а также место и оборудование для санитарной обработки. Другое преимущество — наличие помещений для хранения напитков, посуды и столовых приборов, скатертей и элементов оформления. Возможность использования инвентаря компании позволяет сэкономить время для подготовки мероприятия, связанное с доставкой, установкой и настройкой необходимого оборудования.

Кейтеринг вне ресторана (off-premise catering) предусматривает обслуживание на территории заказчика. Особенность этого вида кейтеринга связана с тем, что большинство ресторанов имеют небольшие залы и не могут обслуживать большое количество гостей. Приготовление блюд осуществляется в ресторане, после чего заказ доставляют к месту проведения мероприятия. Ресторан отвечает за качество приготовления и доставку блюд, сервировку, профессиональное обслуживание, уборку помещений и полный расчет с заказчиком по окончании мероприятия.

Контракт на поставку.

Многие компании, заботясь о питании своих сотрудников, обращаются к услугам кейтеринговых компаний. В данном виде кейтеринга также можно выделить три направления: приготовление обедов в офисе клиента, доставка полуфабрикатов с последующим доведением блюд до готовности и раздача, доставка готовых обедов в одноразовой посуде.

Социальный кейтеринг — это предоставление услуг рестораном на территории заказчика с использованием его оборудования для приготовления блюд. Заказчик и ресторан, предоставляющий услугу социального кейтеринга, заранее оговаривают дату, меню, особенности сервировки и обслуживания. В обязанности ресторана входит также уборка помещения после проведения мероприятия. Услугами социального кейтеринга пользуется заказчик при организации семейного торжества. При этом ресторан может предоставить заказчику согласно договору отдельные предметы для сервировки стола и аксессуары.

Розничная продажа готовой кулинарной продукции — это торговля продуктами питания (бутербродами, мучными кондитерскими изделиями, упакованными в целлофановую пленку), а также прохладительными напитками во время проведения спортивных соревнований, фестивалей, карнавалов.

VIP-кейтеринг — предусматривает выездное ресторанное обслуживание с привлечением высококвалифицированных поваров, официантов и использование самых современных кейтеринг-технологий. В помещении заказчика и под его наблюдением осуществляются обработка продуктов и приготовление блюд. Данные работники могут сопровождать заказчика в его длительных турне.

Кейтеринг напитков и коктейлей (выездной бар) — услуга выездного бара является активным самостоятельным звеном в проведении праздничных и т. п. мероприятий или полноценно сопутствует кейтерингу. Следует отличать понятие «коктейльный кейтеринг» от такого вида выездного ресторанного обслуживания, как «коктейль», хотя корни, безусловно, общие.

Выездной бар — это, прежде всего, наличие на мероприятии непосредственно бара, а именно: мобильной, сборной конструкции, позволяющей где бы то ни было организовать полноценный процесс приготовления коктейлей. Также подразумевается работа специалистов (бармен, помощник бармена, официанты), наличие барного оборудования, инвентаря, посуды, доставка на место проведения алкоголя, соков, напитков, фруктов, льда и т. д., в общем, всего комплекса мер и средств, необходимых для приготовления в отдельно взятом месте (независимо от наличия помещения) коктейлей и микс-дринков.

Существует несколько видов выездного ресторанного обслуживания:

- Фуршет
- Шведский стол
- Кофе-брейк
- Коктейль
- Пикник или барбекю
- Банкет
- Презентации и рекламные акции
- Доставка обедов
- Гала-ужин
- Свадебный банкет
- День рождения

Кейтеринг — лучшее решение для организации мероприятия на частной территории или природе. Данная услуга позволяет провести торжество в любом месте, при этом обслуживание будет на уровне лучших ресторанов.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Раздел 1. Кейтеринг как форма предоставления услуг питания.

Формы практических заданий: дискуссии; контрольная работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Краткая эволюционная справка развития культуры сервировки со времен Древнего мира, в период средневековья и Новое время.
2. История керамического производства. Первый ресторан «Тур д'Аржан».
3. Меню и его история.
4. «Трактирные слуги» периода 16-20 вв.: приспешник, главный повар, погребщик, кравчий, половой.
5. Московское общество взаимопомощи официантов и другой гостиничной и трактирной прислуги.
6. Особенности составления меню для проведения выездных мероприятий.
7. Прием заказа на проведение выездных мероприятий менеджером банкетной службы.
8. Столовое белье, особенности подбора и использования при организации выездных мероприятий.
9. Особенности организации и проведения пикников на открытом воздухе.
10. Особенности организации летней торговли в местах массового отдыха.
11. Особенности организации работы летних кафе.
12. Особенности организации обслуживания праздничных мероприятий в помещении заказчика.

Темы контрольных работ

1. Современный Российский рынок кейтеринга. Общая характеристика.
2. Особенности развития кейтеринговых услуг на современном ресторанном рынке.
3. Кейтеринг напитков и коктейлей как самостоятельный вид услуг.
4. Социальный кейтеринг и особенности его реализации.
5. Новые виды кейтеринговых услуг в ресторанном бизнесе.
6. Ресторанный консалтинг. Перспективы развития.
7. Развитие сегмента предприятий питания формата fast-food.
8. Развитие сегмента предприятий питания формата street-food
9. Развитие сегмента предприятий питания формата fast-casual.
10. Развитие сегмента предприятий питания формата casual-dining.
11. Развитие сегмента предприятий питания формата fine-dining.
12. Развитие сегмента предприятий питания формата food-court.
13. Развитие сегмента предприятий питания формата free-flow
14. Развитие сети кофеен на современном ресторанном рынке
15. Основные направления в развитии кейтеринга, анализ возможных ошибок при его организации.
16. Материально-техническая база кейтеринга, виды и назначение оборудования.
17. Особенности проведения выездного обслуживания в летний период.
18. Особенности подготовки и проведения масштабных мероприятий.
19. Характеристика основных элементов технологии организационной подготовки кейтеринга.
20. Специфика подготовки и проведения масштабных мероприятий.
21. Виды столовой посуды, используемой при организации выездных мероприятий.
22. Кейтеринг как дополнительный бизнес ресторана.
23. Особенности составления меню для проведения выездных мероприятий.
24. Прием заказа на проведение выездных мероприятий менеджером банкетной службы.
25. Столовое белье, особенности подбора и использования при организации выездных мероприятий.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (контрольная работа выполняется в виде презентации на 10-15 слайдов, включая титульный лист, который оформляется в соответствии с макетом РГСУ; дискуссия по вопросам к обсуждению проводится в интерактивном режиме с оценкой каждого из ее участников)

Тема занятия: Раздел 2. Общие требования к кейтерингу. Виды кейтериговых услуг.

Формы практических заданий: дискуссии; контрольная работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Основные понятия в области контроля качества продукции и услуг;
2. Назначение, виды, подвиды, средства, методы, нормативно-правовую базу проведения контроля качества продукции и услуг общественного питания;
3. Понятие, виды, критерии, показатели и методы идентификации;
4. Способы обнаружения фальсификации, ее последствия и меры предупреждения
5. Актуальность проблемы обеспечения качества продукции и услуг общественного питания
6. Формирование системы контроля качества оказываемых услуг.
7. Методы подбора и обучения основного и временного персонала для мероприятий.
8. Соблюдение корпоративных стандартов.

Темы контрольных работ

1. Показатели качества оказания услуг общественного питания
2. Актуальность проблемы обеспечения качества продукции и услуг общественного питания
3. Классификация контроля качества услуг общественного питания
4. Виды и методы контроля качества услуг общественного питания
5. Органы государственного контроля (надзора) за соблюдением технических регламентов в предприятиях общественного питания
6. Порядок и этапы проведения контроля качества
7. Защита прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при поведении государственного контроля (надзора)
8. Порядок обжалования актов государственного контроля кейтериновых услуг
9. Классификация кейтеринга:
10. Три основных вида кейтеринга: приготовление пищи и оказание выездных услуг, приготовление пищи за пределами помещения и выездное обслуживание и контракт на поставку готовых к потреблению блюд.
11. Виды кейтеринга по типу оказания услуг:
12. Тайм-кейтеринг (кейтеринг события)
13. Плейс-кейтеринг (контрактный кейтеринг)
14. Транспортный кейтеринг
15. Кулинарный кейтеринг (cookery)
16. VIP-кейтеринг
17. Масс-кейтеринг On-premise catering
18. Off-premise catering Офисный кейтеринг
19. B&B кейтеринг (bed & breakfast catering)
20. Бар-кейтеринг (bar & bufet catering)
21. Отельный кейтеринг (hotel catering)
22. Резидентал-кейтеринг (residential catering)
23. Кейтеринг стройплощадок (building site catering)
24. Социальный кейтеринг
25. Эвент-кейтеринг (event catering)

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (контрольная работа выполняется в виде презентации на 10-15 слайдов, включая титульный лист, который оформляется в соответствии с макетом РГСУ; дискуссия по вопросам к обсуждению проводится в интерактивном режиме с оценкой каждого из ее участников)

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Кейтеринг как форма предоставления услуг питания.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс - задания
	Выполнение контрольной работы
	Написание тестов
Раздел 2. Общие требования к кейтерингу. Виды кейтериговых услуг.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс - задания
	Выполнение контрольной работы
	Написание тестов

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. История сервировки и использования посуды.
2. Кейтеринг и его история.
3. Современное направление развития культуры сервировки
4. Основные направления в развитии кейтеринга, анализ возможных ошибок при его организации.
5. Материально-техническая база кейтеринга, виды и назначение оборудования.
6. Особенности проведения выездного обслуживания в летний период.
7. Особенности подготовки и проведения масштабных мероприятий.
8. Характеристика основных элементов технологии организационной подготовки кейтеринга.
9. Специфика подготовки и проведения масштабных мероприятий.
10. Виды столовой посуды, используемой при организации выездных мероприятий.
11. Кейтеринг как дополнительный бизнес ресторана.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 1:

1. Современный Российский рынок кейтеринга. Общая характеристика.
2. Особенности развития кейтеринговых услуг на современном ресторанном рынке.
3. Кейтеринг напитков и коктейлей как самостоятельный вид услуг.
4. Социальный кейтеринг и особенности его реализации.
5. Новые виды кейтеринговых услуг в ресторанном бизнесе.
6. Ресторанный консалтинг. Перспективы развития.
7. Развитие сегмента предприятий питания формата fast-food.

8. Развитие сегмента предприятий питания формата street-food
9. Развитие сегмента предприятий питания формата fast-casual.
10. Развитие сегмента предприятий питания формата casual-dining.
11. Развитие сегмента предприятий питания формата fine-dining.
12. Развитие сегмента предприятий питания формата food-court.
13. Развитие сегмента предприятий питания формата free-flow
14. Развитие сети кофеен на современном ресторанном рынке
15. Основные направления в развитии кейтеринга, анализ возможных ошибок при его организации.
16. Материально-техническая база кейтеринга, виды и назначение оборудования.
17. Особенности проведения выездного обслуживания в летний период.
18. Особенности подготовки и проведения масштабных мероприятий.
19. Характеристика основных элементов технологии организационной подготовки кейтеринга.
20. Специфика подготовки и проведения масштабных мероприятий.
21. Виды столовой посуды, используемой при организации выездных мероприятий.
22. Кейтеринг как дополнительный бизнес ресторана.
23. Особенности составления меню для проведения выездных мероприятий.
24. Прием заказа на проведение выездных мероприятий менеджером банкетной службы.
25. Столовое белье, особенности подбора и использования при организации выездных мероприятий.

Названия кейс-заданий к Разделу 1:

Кейс «1». Рассчитать численный и квалификационный состав официантов для обслуживания банкета с частичным обслуживанием. Количество участников банкета 80 человек. Предложить способы подачи и порядок обслуживания, схему сервировки стола на один фрагмент, составить меню и карту вин

Кейс «2». Определить численный и квалификационный состав бригады официантов для обслуживания банкета за столом с полным обслуживанием официантами. Принять число участников банкета 50 человек. Предложить вариант меню и напитков, схему расстановки столов и рассадки гостей, способы подачи и порядок обслуживания официантами. Рассчитать необходимое количество посуды, приборов, белья.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Основные понятия в области контроля качества продукции и услуг;
2. Назначение, виды, подвиды, средства, методы, нормативно-правовую базу проведения контроля качества продукции и услуг общественного питания;
3. Понятие, виды, критерии, показатели и методы идентификации;
4. Способы обнаружения фальсификации, ее последствия и меры предупреждения
5. Актуальность проблемы обеспечения качества продукции и услуг общественного питания
6. Формирование системы контроля качества оказываемых услуг.
7. Методы подбора и обучения основного и временного персонала для мероприятий.
8. Соблюдение корпоративных стандартов.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 2:

1. Показатели качества оказания услуг общественного питания
2. Актуальность проблемы обеспечения качества продукции и услуг общественного питания

3. Классификация контроля качества услуг общественного питания
4. Виды и методы контроля качества услуг общественного питания
5. Органы государственного контроля (надзора) за соблюдением технических регламентов в предприятиях общественного питания
6. Порядок и этапы проведения контроля качества
7. Защита прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при поведении государственного контроля (надзора)
8. Порядок обжалования актов государственного контроля кейтериновых услуг
9. Классификация кейтеринга:
10. Три основных вида кейтеринга: приготовление пищи и оказание выездных услуг, приготовление пищи за пределами помещения и выездное обслуживание и контракт на поставку готовых к потреблению блюд.
11. Виды кейтеринга по типу оказания услуг:
12. Тайм-кейтеринг (кейтеринг события)
13. Плейс-кейтеринг (контрактный кейтеринг)
14. Транспортный кейтеринг
15. Кулинарный кейтеринг (cookery)
16. VIP-кейтеринг
17. Масс-кейтеринг On-premise catering
18. Off-premise catering Офисный кейтеринг
19. B&B кейтеринг (bed & breakfast catering)
20. Бар-кейтеринг (bar & bufet catering)
21. Отельный кейтеринг (hotel catering)
22. Резидентал-кейтеринг (residential catering)
23. Кейтеринг стройплощадок (building site catering)
24. Социальный кейтеринг
25. Эвент-кейтеринг (event catering)

Названия кейс-заданий к Разделу 2:

Кейс «1». Рассчитать численный состав официантов для обслуживания банкета-коктейля. Принять количество участников банкета 100 человек. Предложить меню и карту вин. Предложить схему проведения банкета.

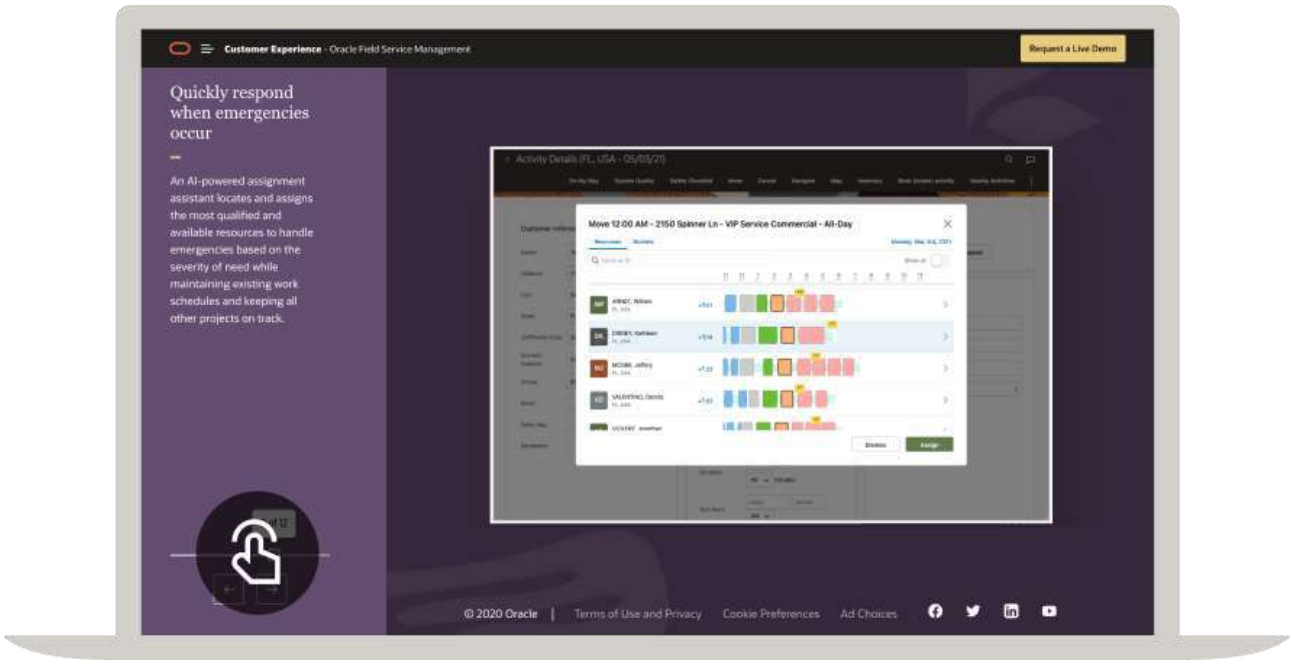
Кейс «2». Составить меню для кейтеринга (обед на 20 человек) в офисе организации. Подобрать необходимое количество инвентаря, посуды, оборудования. Предложить порядок обслуживания.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Кейтеринг как форма предоставления услуг питания.

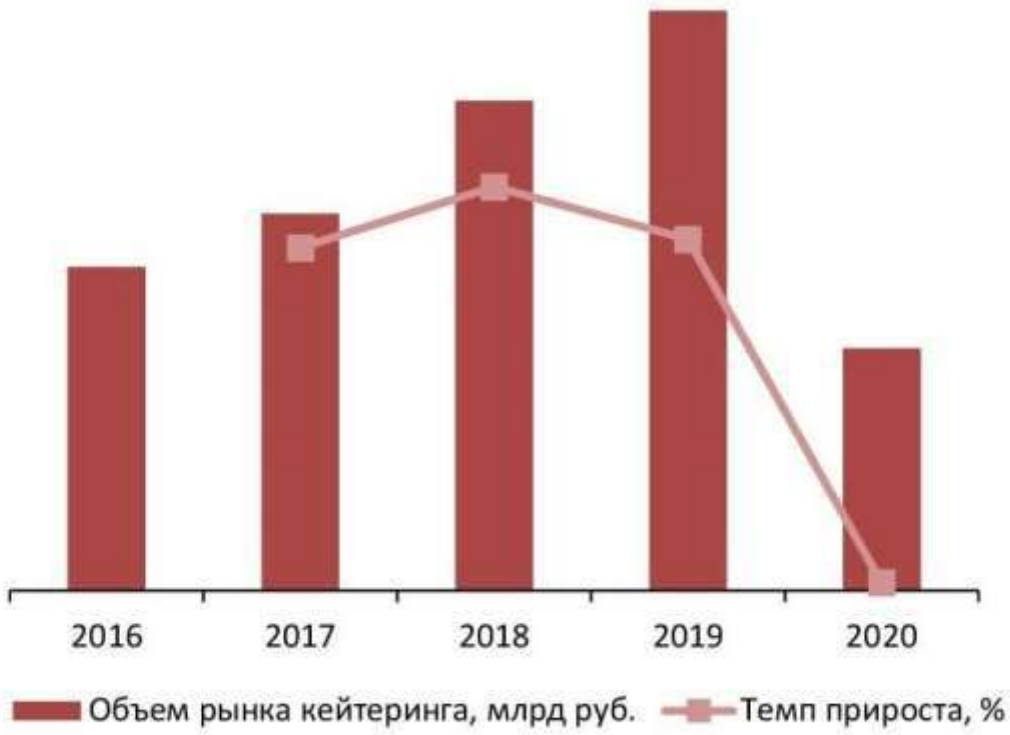
Тема 1.1. История возникновения и развития кейтеринга.

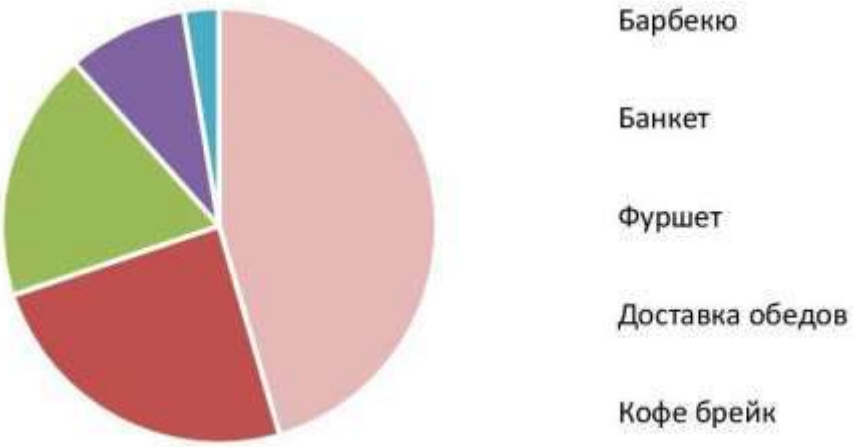
Тема 1.2. Технологии выездного обслуживания.



РАЗДЕЛ 2. Общие требования к кейтерингу. Виды кейтериговых услуг.

Тема 2.1. Общие требования к кейтерингу.





Тема 2.2. Виды кейтериговых услуг.

MUSCAT CATERING
КЕЙТЕРИНГ
МАГАЗИН
СТАНЦИИ
УСЛУГИ
О НАС
ПОРТФОЛИО
КОНТАКТЫ
Корзина пуста
Кейтеринг в Москве
В ОФИС
МАГАЗИН ЗАКУСОК
ФУРШЕТ
БАНКЕТ
ДОСТАВКА ЗАКУСОК
Помочь с выбором?

В ФУРШЕТНОЕ МЕНЮ «ЭКОНОМ» ВХОДЯТ БЛЮДА:
ВЕЛКОМ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ДЕЛА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П. 2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собствен-

ная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный во-

прос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца –

1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – посередине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

– страница с титульным листом;

– страница с «Содержанием»;

– страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;

– приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П. 2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю) «Основы санаторно-курортного дела»

РАЗДЕЛ 1. Введение. История санаторно-курортного лечения

Тема 1.1. История развития курортного дела

Цель занятия: формирование у студентов целостной системы знаний о зарождении и об исторических этапах развития курортологии.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: лекция, практические занятия, проекты.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Люди заметили целебные свойства различных природных факторов ещё в древнейшие времена. Простейшие постройки в местах выхода минеральных вод на поверхность для водолечения стали прототипами бальнеологических курортов. Множество больных приходили к тем источникам, о которых говорили, что они обладают лечебными свойствами. Часто данные источники становились элементов религиозных культов – священнослужители использовали их как доказательства могущества богов. В легендах и сказаниях многих народов сохранились сведения об использовании лечебных источников в религиозных целях. Например, в «Ригведе» – памятнике индийской литературы есть эпизоды, в которых описываются священные купели при храмах. В эти купели служители культа погружали больных людей. Древнекитайские учёные в своих трудах отмечали источники целебных вод. Древнегреческие учёные – Аристотель, Гомер – писали об использовании в Античной Греции минеральных источников в лечебных целях. В произведениях Плутарха отмечен остров Эвбея, горячие источники которого привлекали больных. Ветхий и Новый Заветы доносят до нас сведения о Силоамской купели, священном озере Бетесда недалеко от Иерусалима, воды которых исцеляли больных. В подобных местах обычно быстро строилось жильё для сдачи приезжающим для лечения. Древнее скифско-греческое поселение было обнаружено археологами в Крыму возле Санского озера. Его жители добывали соль и продавали её в греческие города-полисы. Те, кто страдал от ревматизма, купались в водах этого озера.

В Крыму возле храма Асклепия в Эпидарве археологи нашли надписи, которые рассказывают о том, что некий Юлий Апелла их Кории лечился грязями в период правления императора Антония. Лекари рекомендовали пациенту купаться в солёных водах озера и обмазываться грязью. Древнеримский учёный Плиний в сочинении «История природы» пишет о Парасине – городе в Крыму, земля которого обладала свойством исцелять различные раны.

О существовании целебных вод знали жители Кавказа. Ибн Баттута – арабский путешественник – побывал на Кавказе в 1377 году, в своих путевых заметках он отметил горячий источник Пятигорья.

Во второй половине XIV в. Началось активное использование тёплых вод Карловых Вар. Легенда гласит, что первый источник нашли охотники короля Карла IV, который был ранен в ногу, а после купания в источнике нога быстро зажила. После этого Карл IV приказал заложить город рядом с источником. Расцвет строительства в городе пришёлся на XVI в. В Карловы Вары стали съезжаться аристократы из Польши, Саксонии, России. Самый именитый гость города

– российский император Пётр Великий, который посещал курорт два раза. Масштабное строительство отелей, гостиниц, лечебниц началось в конце XIX – начале XX вв. В 1912 году в эксплуатацию был введён санаторный гранд отель «Империал».

Известно, что инициатором начала развития мест для оздоровления в России, где использовались бы исключительно природные факторы, был император Пётр I. Именно его высочайшим указом от 20 марта 1719 года были опубликованы «Правила Дохтурские, как при оных водах поступать» и «Указ на Дохтурские правила».

Речь шла о найденных в Карелии, в рудяном болоте, целебных водах: именно с их помощью крестьянин Иван Рибоев, много лет хворавший сердечными болезнями, полностью исцелился. Из-за обилия железа эти воды были названы «марциальными» (в честь «железного» бога Марса). Таким образом, днём рождения санаторно-курортного дела в России считается 24.07.1717 г. – день подписания Петром Великим вышеприведённого указа. В Указе было строго и подробно расписано: как, когда, при каких болезнях эти самые воды пить. За основу «инструкции» были взяты образцы документов европейских водяных курортов, которые к этому моменту уже накопили разнообразный опыт в лечении различных заболеваний с помощью минеральной воды. Так началась великая история русских курортов.

Курортология как наука зародилась в 1719 году, когда были найдены Марциальные воды, а доктор Шоберт разработал первые правила использования минеральных вод – «дохтурские правила». Шоберт рекомендовал:

– обязательно посоветоваться с врачами перед поездкой;

– выполнять предписания на курорте при выполнении предписанных процедур.

И в 1719 году на этом месте указом Петра I был основан первый русский курорт, который так и назвали – «Марциальные воды».

Кавминводы: великие оздоровительные открытия

Тем не менее новый существенный импульс развитию уникальных природных территорий Российской Империи был дан в следующем столетии: именно тогда власти страны начали активно развивать регион Кавказских Минеральных Вод как «лечебную столицу Империи». 4 января 1803 года губернатором Астраханским и главнокомандующим в Грузии князем П.Д. Цициановым был направлен рапорт на имя Александра I с просьбой построить укрепление на Кислых Водах. Такой рапорт был связан с тем, что за два года до него состоялась научная комиссия, которая тщательно изучила минеральные воды региона и подтвердила их медицинскую эффективность. В результате указом Александра I от 24 апреля 1803 года было утверждено положение о Кавминводах и был подписан Рескрипт «О признании государственного значения Кавказских Минеральных Вод и необходимости их устройства». Конечно, в первые годы здесь не было ни медицинских учреждений, ни даже гостиниц или хотя бы постоялых дворов: те, кто стремился сюда за исцелением, понимали, что жить им придётся в походных кибитках и лечиться, так сказать, по собственному разумению. Правил приёма ванн, применения грязей и питья высокоактивной минеральной воды в ту пору не знали…

Но русское медицинское сообщество восприняло открытие уникальных природных факторов Кавказа с колоссальным интересом! В регион стали приезжать учёные и врачи, чтобы лично убедиться в эффективности вод из подземных источников и грязей удивительного Тамбуканского озера. В середине девятнадцатого века в Кисловодске и Пятигорске, в том числе на базе военного госпиталя, работали и изучали курортные факторы такие выдающиеся учёные и врачи, как И.Е. Дроздов (кстати, личный врач Льва Николаевича Толстого) и знаменитый хирург Н.И. Пирогов. Последний, уезжая из Пятигорска, отметил, что ни один курортный регион мира не сосредоточивает на столь малой территории столь огромного количества целебных источников самого разного действия…

В 1863 году было создано Русское бальнеологическое общество в Пятигорске, целью которого стало – изучение гидроминеральных ресурсов Российской империи и разработка методов бальнеолечения. Помимо Кавказских Минеральных Вод, источники находят в Псковской

области (Хилово), в Новгородской области (Старая Русса), Самарской области (Сергиевские минеральные воды). В Липецке также открывают водолечебницу.

Довольно скоро оказалось, что силы и дары природы региона обладают настолько мощным оздоровительным потенциалом, что во многом превосходят мощь клинической медицины той поры. И буквально в ближайшие годы регион начал развиваться как общероссийская здравница — появились курортные «группы»: ессентукская, пятигорская, кисловодская, железноводская, в каждой из которых развивались свои направления лечения.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем состоит роль Древней Греции и Римской империи в развитии человеческого общества?
2. Раскройте хронологию этапов становления мировой науки о курортах – курортологии.
3. Какие научные открытия способствовали развитию курортного дела, накоплению знаний о бальнеологии и бальнеотерапии?

Форма практического задания: проект.

Темы проектов:

1. Древние мировые курортные центры.
2. История развития первых русских императорских курортов.
3. Сестрорецкий курорт: история и современность.

https://myslide.ru/documents_7/374baa660f73ef8d0850a535647210c4/img17.jpg

https://www.ski.ru/kohana/upload/ckfinder_images/u115052/images/115052_1479410386.jpg

Тема 1.2. Основные этапы развития курортного дела в России

Цель занятия: формирование у студентов целостной системы знаний об исторических этапах развития курортного дела в России.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: практические занятия, кейсы.

Вопросы для обсуждения:

1. Огосударствление курортов. Деятельность Наркомздрав РСФСР в сфере курортного дела.
2. Декрет СНК РСФСР «О лечебных местностях общегосударственного значения» 1919 года.
3. Восстановление курортов Крыма в 1921 г. Особенности Крымских курортов в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями.
4. Создание Главного курортного управления Наркомздрава во главе с наркомом Н.А. Семашко и специалистом по курортному делу Н.И. Тезяковым.
5. Программа развития санаторно-курортного дела в России. Деятельность Н.А. Семашко, З.П. Соловьева, Н.И. Тезякова.

Форма практического задания: кейсы.

Кейс № 1

В 1920 году в Пятигорске был создан Бальнеологический институт. Несмотря на ограниченные материальные возможности страны, даже в годы разрухи выделялись ассигнования на развитие системы лечебно-оздоровительных учреждений. Первые санатории и дома отдыха создавались на базе бывших дворцовых и помещичьих усадеб, дач монастырей и немногочислен-

ных частных санаториев, пансионатов и гостиниц. В 1926 по инициативе Н.А. Семашко в Москве был организован Центральный институт курортологии.

Задание: Назовите как минимум 5 сознанных лечебно-оздоровительных учреждений в период с 1900-1940.

Кейс № 2

Первая мировая война положила конец развитию курортов, резко сократила приток отдыхающих, но в прифронтовой полосе были организованы два курорта.

Вопросы: 1. Для чего были созданы эти два курорта?

2. Укажите их места нахождения и название этих курортов.

Кейс № 3

К началу 1940 г. в СССР было уже 3600 санаториев и домов отдыха почти на 470 тыс. мест. Однако значительное число санаториев было предназначено для определенной категории людей.

Вопрос: Что это была за категория и почему ее выделяли?

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН от 4 августа 2023 г. № 496-ФЗ «О ПРИРОДНЫХ ЛЕЧЕБНЫХ РЕСУРСАХ, ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ МЕСТНОСТЯХ И КУРОРТАХ» https://rpn.gov.ru/upload/iblock/06f/fs3piax07u7sofab6o8up46d1rh8n963/Federalnyy-zakon-ot-04.08.2023-N-469_FZ-O-prirodnykh-lechebnykh-resursakh_-lechebno_ozdorovitelnykh-mestnostyakh-i-kurortakh-_-otdelnye-zakonodatelnye-akty-Rossiyskoy-Federatsii-i-priznanii-utrativ.pdf

Приказ Минздрава России от 05.05.2016 № 279н (ред. от 25.09.2020) «Об утверждении Порядка организации санаторно-курортного лечения» https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199925/?ysclid=m5r718u86s779289041

Презентация «Санаторно-курортное дело. Трансформация отрасли в свете новых нормативно-правовых актов». https://mrik-fmba.ru/images/pages/Nauka/Kongress%20prezentacii/Galen%202/Prezentacia_Macula.pdf?ysclid=m5ocacgqwp582275195

Утверждена
Приказом Министерства финансов
Российской федерации
от 10.12.99 № 90н
код по ОКУД 0791612

САНАТОРНО-КУРОРТНАЯ ПУТЁВКА

№ 032172 серия СС

Санаторно-курортная организация (учреждение)

ЗАО «Санаторий «Светлана»

для лечения взрослого ~~(с ребёнком), ребёнка~~

Адрес, тел/факс, код по ОКПО, лицензия: **п/о 412958 Саратовская область, Вольский район, пос.Тепловёрый, улица Санаторная, дом 5, тел/факс 8-845-93-62-431, 62-446, 62-425, Код по ОКПО 02597969, ИНН 6441013332, Лицензия № ЛО-64-01-001390 от 17 апреля 2012г.**

Профиль санаторно-курортной организации (показания для лечения указываются на обороте)

Получатель (покупатель)

Фамилия, имя, отчество

Фамилия, имя ребенка

Продолжительность лечения:

с «06» 07. 2015 г. по «15» 07. 2015 г.

Стоимость путёвки: Семнадцать

Сумма прописью

— Руб.

Дата «23» 06. 2015 г.

Должность ответственного лица

подпись

М.П.

Путь следования: г. Вольск, Саратовская область, авто и ж/дор. вокзал, далее трансферт-санаторий в дни заезда до места расположения организации

Утверждена
Приказом Министерства финансов
Российской федерации
от 10.12.99 № 90н
код по ОКУД 0791612

Отрывной талон
к санаторно-курортной путёвке

№ 032172 серия СС

Санаторно-курортная организация (учреждение)

ЗАО «Санаторий «Светлана»

Получатель

Фамилия, имя, отчество обслуживаемого лица

+фамилия, имя ребенка

Продолжительность лечения:

с «__» ____ г. по «__» ____ г.

(оплаченные и предоставленные услуги: проживание, лечебное питание, курортное лечение, культурно-бытовое обслуживание)

Стоимость путёвки:

сумма прописью

Продавец

Подпись

МП

С перечнем и стоимостью предоставленных услуг согласен (не согласен).

Получатель

Разногласия по перечню и стоимости оказанных услуг указываются на обороте настоящего отрывного талона, подписываются покупателем и должностным лицом организации, заверяются печатью.

Утверждена
Приказом Министерства финансов
Российской федерации
от 10.12.99 № 90н
код по ОКУД 0791612

Талон на проживание

к путёвке № 032172 серия СС

с «__» ____ г.

по «__» ____ г.

Ф. И. О. обслуживаемого лица на два лица

Корпус Комната

Талон выдан

М.П. подпись

Талон на питание

к путёвке № 032172 серия СС

с «__» ____ г.

по «__» ____ г.

Ф. И. О. обслуживаемого лица на два лица

Стол

Талон выдан

М.П. подпись

Талон на лечение

к путёвке № 032172 серия СС

с «__» ____ г.

по «__» ____ г.

Ф. И. О. обслуживаемого лица на два лица

Талон выдан

М.П. подпись

Создание Народного комиссариата здравоохранения

15 мая 1918 г. вышел в свет первый номер официального печатного органа Совета Врачебных коллегий при Совете Народных Комиссаров РСФСР — «Известия советской медицины»

11 июля 1918 г. Совет Народных Комиссаров принял декрет «Об учреждении Народного комиссариата здравоохранения» —**высшего государственного органа,** объединившего под своим руководством все отрасли медико-санитарного дела страны.

https://cf3.ppt-online.org/files3/slide/r/RmW4qHSzhEn3lJiF0ac9QreUoxXtBYy2LGPDZ5/slide-8.jpg

https://sun9-3.userapi.com/impg/lvcVxabtRBEecoo53Rvbsf-wv2ha2oqRK9gbEQ/G3TelbUdjaI.jpg?size=905x666&quality=95&sign=0cb75e043bd3ad1addee6e94a61d1d57&c_uniq_tag=8y1bpn-xBOgDtkuU-NL740t3ivggF7DUYRR_ODmkp3Q&type=album

РАЗДЕЛ 2. Рекреационные основы курортного дела

Тема 2.1. Санаторно-курортное лечение и реабилитация в санаторно-курортных учреждениях

Цель занятия: формирование у студентов целостное представление о лечении, профилактике и реабилитации в санаторно-курортных учреждениях.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: лекция, практические занятия, эссе.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

На современном этапе развития общества все больше внимания уделяется состоянию здоровья населения. По данным отчета ООН «Оценка тенденций развития мирового населения» первое место в мире по продолжительности жизни занимает Япония, а Россия находится на 129 месте.

Средняя продолжительность жизни в Российской Федерации составляет 73,3 года, в то время как в Японии данный показатель равен 84,8 года. По уровню расходов на здравоохранение, который рассчитывается как общий объем государственных и частных расходов на здравоохранение, выраженный в процентах от ВВП, в рейтинге стран мира ведущие позиции занима-

ют США (16,57%), Нидерланды (13,2%), Франция (12,7%). В России этот показатель составляет 3,7% [8].

Здравоохранение или охрана здоровья граждан представляет собой систему медицинских (в том числе профилактических), научных, социальных, экономических, политических и правовых мер, осуществляемых органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, организациями и гражданами в целях профилактики заболеваний, сохранения и укрепления физического и психического здоровья каждого человека, предоставления ему медицинской помощи, поддержания его долголетней активной жизни.

В данной системе мер по охране здоровья граждан важное место занимает медицинская реабилитация, которая представляет собой целый комплекс различных мероприятий медицинского и психологического характера, направленных на полное или частичное восстановление нарушенных или утраченных функций организма, а также на раннюю диагностику и коррекцию возможных нарушений функций поврежденных органов, снижение степени возможной инвалидности, улучшение качества жизни, сохранение работоспособности пациента и его социальную интеграцию в общество. Также реабилитация включает в себя воздействия психологического и социального характера, позволяющие провести социальную адаптацию. Так согласно рекомендациям ВОЗ (Всемирной организации здравоохранения) целесообразным считается выделение четырех основных видов реабилитации: медицинской, профессиональной (образовательной), психологической и социальной.

Профессиональная реабилитация включает в себя профессиональное обучение, повышение квалификации и переподготовку; психологическая реабилитация – психологическую помощь; социальная реабилитация – помощь в социальной адаптации (бытовое устройство, юридическое консультирование и прочее). Что касается непосредственно медицинской реабилитации, то она осуществляется в медицинских учреждениях и наряду с лекарственной терапией, включает в себя немедикаментозные методы лечения в том числе комплексное применение природных лечебных факторов. Выделяют стационарный, амбулаторный и санаторный этапы медицинской реабилитации. Заключительный этап реабилитации осуществляется на основе использования природных лечебных ресурсов (таких как минеральные воды, лечебные грязи), в условиях пребывания в лечебно-оздоровительных местностях и на курортах проводится санаторнокурортными организациями.

Санаторно-курортное лечение (СКЛ) – медицинская помощь, осуществляемая в профилактических, лечебных и реабилитационных целях на основе использования природных лечебных факторов в условиях пребывания на курорте, в лечебно-оздоровительной местности, в санаторно-курортных организациях. Санаторно-курортное лечение, традиционно рассматривают как третий этап лечения больных в системе оказания медицинской помощи «поликлиника – стационар – санаторий».

Санаторно-курортный этап отличается своими специфическими задачами, организационными формами и возможностями, обеспечивающими лечение и профилактику заболеваний, проведение реабилитационных мероприятий с приоритетным использованием климатических и природных факторов – лечебных минеральных вод, грязей, купаний в морской воде, воздушных и солнечных ванн и др.

На сегодняшний день санаторно-курортные учреждения отнесены к лечебно-профилактическим учреждениям, что определяет их важное место в общей системе лечебно-профилактической помощи.

Развитие центров восстановительной медицины и реабилитации позволяет оказывать высокотехнологическую реабилитационную помощь, расширяя базу для использования природных факторов и немедикаментозных методов лечения и профилактики сердечно-сосудистых заболеваний.

Санаторно-курортное лечение (СКЛ) – как этап медицинской реабилитации

В сферу компетенции, нового направления – восстановительной медицины, входит широкий круг вопросов сохранения здоровья у практически здорового человека, предупреждения заболеваний, восстановления важнейших функций организма на всех этапах профилактики и медицинской реабилитации. Важность применения высокотехнологических подходов восстановительной медицины при различных заболеваниях, определяется как актуальностью и сложностью борьбы с самыми распространенными болезнями современного человека, так и несомненной эффективностью методов и способов восстановительно-реабилитационного и санаторно-курортного лечения.

Современная программа реформирования, системы здравоохранения и социальной защиты, в стране требует систематизации сведений о возможностях медицинской реабилитации больных с различными заболеваниями сердечно-сосудистой системы, органов дыхания, желудочно-кишечного тракта, мочевыделительной системы, опорно-двигательного аппарата и других систем, что позволит применять их в повседневной практике врачей в полном объеме.

СКЛ является частью медицинской реабилитации и обладает максимальными возможностями по восстановлению организма в период ремиссии заболевания.

Перед курортами в настоящее время стоят две важнейшие задачи:

1. Медицинское обслуживание хронически больных, в смысле вторичной профилактики, т.е. раннего лечения имеющихся заболеваний, с целью укрепления остаточной сопротивляемости организма, или форме медицинской реабилитации, направленной на предотвращение развития болезни и обучение больного образу жизни адекватному его заболеванию.

2. Оздоровительный отдых, в процессе которого отдыхающий получает важную информацию по предупреждению нарушений здоровья.

Среди этапов медицинской реабилитации выделяют: стационарный, амбулаторный и санаторный этап реабилитации.

Санаторно-курортные учреждения потенциально обладают максимальными возможностями для проведения полноценной медицинской реабилитации при соответствующей подготовке самих учреждений и при условии направления пациентов по показаниям.

По профилю заболевания санатории делятся на кардиологические, пульмонологические, гастроэнтерологические, с заболеваниями нервной системы, заболеваниями органов движения, почек, кожными болезнями, гинекологические и др. В зависимости от возраста больных, санатории делятся на детские, подростковые и взрослые.

Детские санатории принимают больных с активными и затихающими формами туберкулеза, реконвалесцентов после туберкулезного менингита, больных ревматизмом, с последствиями полиомиелита, с желудочно-кишечными заболеваниями, рахитом, психоневрологическими расстройствами. Существуют и общетерапевтические детские санатории. Функционируют санатории и дома отдыха специального назначения: для семейных, матерей с детьми, беременных. Многие российские курорты, вне зависимости от их организационно-правовой формы, изменили профиль деятельности, начав принимать не только взрослых, но и родителей с детьми.

Это привело к реформированию материально-технической базы здравниц: перестраиваются палаты, создаются детские игровые комплексы. Проводится реорганизация служб: в сана-

ториях создаются службы семейных врачей, вводятся специальные рационы детского питания в столовых.

Согласно закону РФ «О медицинском страховании граждан РФ», право санатория осуществлять деятельность по оздоровлению должно быть подтверждено государственной лицензией. На курортах медицинское обслуживание осуществляется в форме амбулаторного и стационарного лечения. При этом амбулаторное лечение имеет то преимущество, что оно обходится дешевле. Центром амбулаторного медицинского обслуживания на курорте является курортная лечебница. Согласно лечебным назначениям, там проводятся лечебные процедуры, и имеется возможность посещения тренировочных курсов.

Основным типом курортного стационарного лечебно-профилактического учреждения является санаторий. Кроме природных факторов, в лечебном процессе санатория очень важны новая обстановка и условия жизни, которые создает для больного курорт.

Вопросы для обсуждения:

4. Каковы основные положения, цели и особенности Концепции охраны здоровья здоровых в Российской Федерации?

2. Каковы основные направления Отраслевой программы охраны здоровья здоровых в Российской Федерации?

3. Что в оздоровительной медицине означает понятие реабилитации, какие задачи она решает в зависимости от своего вида?

4. Какие курортные факторы используются на санаторно-курортном этапе реабилитации?

5. Какие основные комплексы, мероприятия и технологии используются в целях реабилитации?

6. Каковы основные принципы построения реабилитационных программ?

7. Что такое курортная реабилитация, каковы ее особенности, задачи, структура циклов?

Форма практического задания: эссе.

Тема эссе: «Почему здоровье лучше поправлять в России?».

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН от 4 августа 2023 г. № 496-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» https://rpn.gov.ru/upload/iblock/06f/fs3piax07u7sofab6o8up46d1rh8n963/Federalnyy-zakon-ot-04.08.2023-N-469_FZ-O-prirodnykh-lechebnykh-resursakh_-lechebno_ozdorovitelnykh-mestnostyakh-i-kurortakh-_-otdelnye-zakonodatelnye-akty-Rossiyskoy-Federatsii-i-priznanii-utrativ.pdf

Приказ Минздрава России от 05.05.2016 № 279н (ред. от 25.09.2020) «Об утверждении Порядка организации санаторно-курортного лечения» https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199925/?ysclid=m5r718u86s779289041

Реабилитация в санатории: как вернуть здоровье и радость жизни? https://www.sanatory-mashuk.ru/blog/reabilitacija-v-sanatorii/?ysclid=m5o4yjhus880906896

Презентация «Природные факторы в медицинской реабилитации» https://ivgmu.ru/attachments/46732?ysclid=m5o4owc0jm170232377

Презентация «Санаторий «Южный»» ФГБУ «МФК Минфина России» file:///C:/Users/home/Downloads/prezentatsiya-sanatoriy-yuzhnyy.pdf

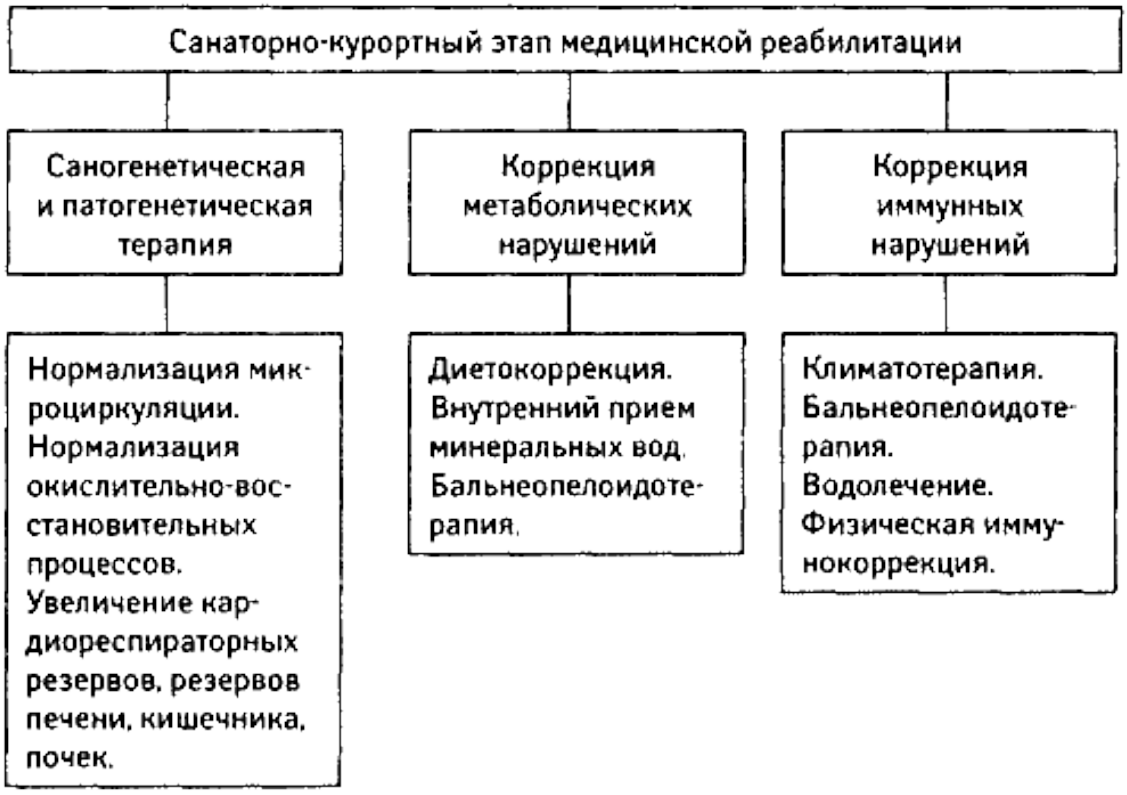
https://sun9-74.userapi.com/impg/FX0-3fIKNzI185zYLzckl5RUk9PG8QfqUX8dmQ/DVIE3qKm4Gg.jpg?size=1024x615&quality=95&sign=987dd342488e0aa980280481b022d93a&c_uniq_tag=AGidnIYWWwhNmIzgwDl8E76_qZ_a85dUIOAvIDhRkRY&type=album

САНАТОРНО- КУРОРТНЫЙ РЕЖИМ

- Режим первый – щадящий, ограничен по интенсивности климатических и бальнеологических процедур, нагрузочности лечебной физкультуры.
  Впериоде адаптации и лицам, нуждающимся в постоянном врачебном наблюдении

- Режим второй – тонизирующий (умеренного воздействия), высокая интенсивность двигательных, климатических, бальнео- и физиотерапевтических нагрузок.
  В фазе ремиссии хронического заболевания после адаптации к курорту

- Режим третий – тренирующий (сильного воздействия), для интенсивной тренировки и закаливания организма, максимальное использование курортных факторов, спортивных игр, экскурсий.
  При стойкой компенсации и стабильной ремиссии хронических заболеваний, в фазе реконвалесценции после острых заболеваний и травм, при хорошей адаптации к курорту



https://konspekta.net/studopediaorg/baza12/2588339840251.files/image012.gif

https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/a/Au9nRJdDWfbZcFL7E4XqMgzoY26PSBs03UOe5r1kv/slide-26.jpg

Тема 2.2. Постановка лечебного процесса на курортах

Цель занятия: формирование у студентов целостной системы знаний о постановке лечебного процесса на курортах.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: практические занятия, тест.

Вопросы для обсуждения:

1. Рекреационные потребности человека.
2. Медико-биологические, социально-культурные и экономические функции рекреации.
3. Основные рекреационные лечебные ресурсы: климатические, бальнеологические, лечебные грязи и др. виды лечебных ресурсов.

Форма практического задания: тест.

Тест

1. **Целями санаторно-курортного лечения являются** (выберите один или несколько ответов):

a. восстановление и компенсация функций организма

b. организация условий с определенным режимом дня

c. организация отдыха и оздоровительных процедур

d. активация защитно-оздоровительных реакций организма

2. Задачами лечащего врача при направлении пациента на санаторно-курортное лечение являются (выберите один или несколько ответов):

a. определение медицинских показаний

b. определение медицинских противопоказаний

c. назначение диетического питания

d. определение курса лечения и оздоровления

3. Поводом для отказа в санаторно-курортном лечении потребителю является (выберите один или несколько ответов):

Выберите один или несколько ответов:

a. обострение хронического заболевания пациента

b. отсутствие направления врача

c. прибытие пациента с ребенком, младше 7 лет

d. опоздание пациента по причине отсутствия билетов на транспорт

4. При каком условии санаторно-курортное учреждение компенсирует затраты после отказа потребителя от купленной путевки (выберите один ответ):

a. в высокий сезон загрузки

b. в договоре существует пункт о сроках отказа от путевки

c. санаторно-курортное учреждение докажет стоимость реально понесенных расходов

d. оплата путевки была осуществлена по безналичному расчету

5. Направлениями санаторно-курортной деятельности в РФ являются (выберите один или несколько ответов):

a. спортивно-оздоровительное

b. курортное

c. рекреационно-познавательное

d. лечебно-оздоровительное

6. Качество санаторно-курортного лечения обеспечивается (выберите один ответ):

a. показаниями лечащего врача

b. стандартами, разработанными санаторно-курортным учреждением

c. не имеет стандартов, определяется индивидуальными особенностями организма пациента

d. стандартами санаторно-курортной помощи, разработанными Российским научным центром медицинской реабилитации и курортологии

7. Регулирование санаторно-курортным комплексом РФ осуществляется на уровне (выберите один ответ):

a. федеральном, региональном, муниципальном

b. федеральном

c. региональном

d. муниципальном

8. Имеет ли право Министерство здравоохранения РФ самостоятельно принимать нормативные акты (выберите один или несколько ответов):

a. нет

b. да, положения о курортах федерального значения

c. да, положения о курортах местного значения

d. да, нормы и правила использования лечебных ресурсов

9. Верно ли утверждение «Граждане РФ не могут воспользоваться услугами санаторно-курортного учреждения без услуг лечения» (выберите один ответ):

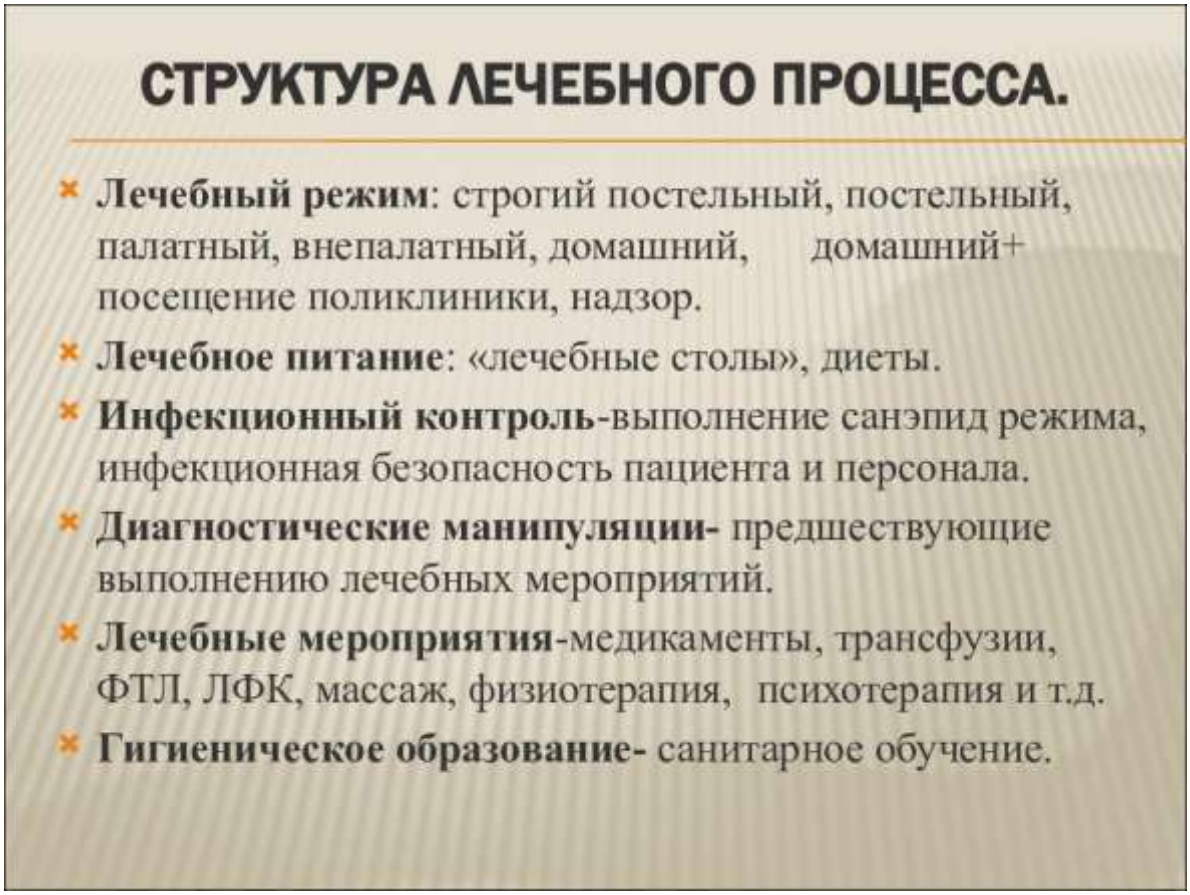
a. верно
b. неверно

10. Верно ли утверждение «Разработка технологий и комплексных программ для оздоровления и реабилитации детей требует отдельного подхода» (выберите один ответ):

a. верно
b. неверно

Принципы и польза санаторно-курортного лечения https://kurort.minzdrav.gov.ru/articles/2?ysclid=m5o4swuv6m338937745

https://static.tildacdn.com/tild3865-3064-4538-b730-316564626134/__.jpg



https://s0.showslide.ru/s_slide/099b0ec37aea10f27e4a923bc3c78505/e73d17ca-bd74-4d3c-b890-f325ef6a54b2.jpeg

РАЗДЕЛ 3. Курортные ресурсы

Тема 3.1. Минеральные воды. Лечебные грязи

Цель занятия: изучить лечебные эффекты водолечебных и теплолечебных процедур, показания и противопоказания к их применению.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: лекция, практические занятия, практическое задание.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Минеральные воды использовались для лечебных целей с давних времен. Тысячу лет тому назад известный таджикский ученый Авиценна написал трактат – «Канон врачебной медицины». Большой раздел этого классического труда посвящен водолечению.

На протяжении многовековой истории медицины многие, в свое время широко распространенные методы лечения, например: кровопускание, оказались забытыми. Та же участь постигла большинство фармацевтических средств. Однако лечение минеральными водами остается одним из основных (наряду с лечебным питанием) методом лечения заболеваний, в первую

очередь заболеваний органов пищеварения и нарушения обмена веществ. По своему лечебному эффекту минеральные воды превосходят многие медикаменты.

В России лечение минеральными водами под контролем врачей начинается со времен Петра I. По указу Петра были разработаны «дохтурские правила» пользования лечебными водами. Так было заложено начало научному и врачебному пользованию минеральными водами.

Природные лечебные ресурсы, и, прежде всего, минеральные воды и лечебные грязи являются основой функционирования санаторно-курортного комплекса России, многочисленных заводов розлива вод и зарождающихся производств по пакетированию лечебных грязей. По своим ресурсам минеральных вод и лечебных грязей наша страна превосходит другие не только в их количестве и разнообразии, но, главное, в детальности изучения их генезиса и состава, в глубине научных проработок медицинских показаний к их применению и в наличии оригинальных методик лечебного их использования.

Основным показателем, по которому воды относят к минеральным, является общая минерализация (М), которую обозначают в граммах на литр (г/л) или в граммах на 1 куб. дециметр (г/дм3). Это вся сумма растворенных в воде веществ без газов.

Различают:

- маломинерализованные (от 1,0 до 5,0 г/л);

- среднеминерализованные (от 5,1 до 10,0 г/л) – основная группа лечебных вод, используется для питьевого лечения, промывания желудка и кишечника, ингаляций и других процедур;

- высокоминерализованные (от 10,1 до 35,0 г/л);

- рассольные (от 35,1 до 150,0 г/л);

- крепкие рассольные (более 150,0 г/л).

1. Минеральные (лечебные) воды - природные подземные воды, оказывающие на организм человека лечебное действие, обусловленное повышенным содержанием полезных биологически активных компонентов, осо бенностями газового состава или общим ионно-солевым составом воды.

Минеральные (лечебные) воды подразделяются на питьевые лечебные и лечебно-столовые воды, а также воды, имеющие бальнеологическое (наружное) назначение.

2. Воды минеральные природные столовые – подземные воды, генетически приуроченные к защищенным от антропогенного воздействия водоносным горизонтам, обладающие постоянным химическим составом на конкретной территории и не содержащие в естественном состоянии техногенных компонентов органического и неорганического происхождения. По своим параметрам они отвечают действующему ГОСТу 23268.0-18-78. «Воды минеральные питьевые лечебные, лечебно-столовые и природные столовые. Правила приемки и методы анализа». По отдельным качественным характеристикам они лучше, чем обычная питьевая вода из подземного источника.

3. Воды питьевые искусственно минерализованные (существовали с давних пор: например, сельтерская, содовая) – напитки, приготовленные только на основе питьевой воды, соответствующей гигиеническим нормативам Сан-ПиН, с добавкой пищевых солей и других, разрешенных Минздравом России, наполнителей, и имеющие общую минерализацию не более 2,0 г/куб. дм. Питьевые искусственно минерализованные воды не имеют показаний к лечебному

использованию. На эти напитки есть соответствующие ТУ. Но проблема в том, что у появившихся в последнее время многочисленных напитков уровень общей минерализации превышает, иногда значительно.

4. Бальнеология [лат. balneum – ванна, купание + logos – знание, наука] - раздел курортологии, изучающий лечебные минеральные воды, их происхождение, физико-химические свойства, влияние на организм при различных заболеваниях, разрабатывающий показания к их применению на курортах и во внекурортных условиях. Бальнеология изучает также вопросы грязелечения, бальнеотехники. Бальнеология развивается на основе достижений гидрогеологии, физической и биологической химии, биологии.

5. Бальнеотерапия (лат. balneum – ванна, купание + терапия] - лечение, профилактика и восстановление нарушенных функций организма природными и искусственно приготовленными (только для наружного применения) минеральными водами на курортах и во внекурортных учреждениях. Как научный раздел относится к бальнеологии. Основу бальнеотерапии составляет наружное применение минеральных вод (общие и местные ванны, купание в лечебных бассейнах и другие). К ней относятся также использование нативных природных минеральных вод для питья, промывания - орошения кишечника, ингаляции и т.п. На бальнеологических курортах бальнеотерапия является основным методом лечения.

6. Бальнеотерапевтически активные компоненты минеральных вод – содержащиеся в воде соли, ионы, газы, органические вещества, микроэлементы, радиоактивные вещества, микробиостимуляторы, обладающие биологической активностью, т.е. изменяющие функциональное состояние живого организма.

Бальнеотерапия предусматривает внутреннее (питьевое) и наружное (бальнеологическое) применение минеральных вод в виде общих и местных ванн, орошений, купаний в бассейнах.

Основные бальнеологические показатели лечебной значимости минеральных вод – общая минерализация, ионный состав, наличие растворенных и спонтанных газов, содержание органических веществ и микроэлементов, обладающих биологической активностью; радиоактивность, показатель реакции среды (величиной pH), температура.

Лечебное значение перечисленных показателей минеральных вод определяется экспериментально и проверяется клинически.

Натуральные воды допускаются к широкому распространению только в том случае, если они признаны органами здравоохранения лечебными, то есть дающими при их употреблении определенный терапевтический эффект, или столовыми, если они отвечают требованиям, предъявляемым к столовым напиткам. Последние должны иметь приятный освежающий вкус, быть газированными углекислотой, не иметь неприятного привкуса, в них не должно содержаться сильно действующих веществ, например, мышьяка и т.д.

Питьевые природные минеральные воды подразделяются на лечебные и лечебно-столовые.

Эти два вида подпадают под действие существующего ГОСТа 13273-88 «Воды минеральные питьевые лечебные и лечебно-столовые».

1. К минеральным питьевым лечебно-столовым водам относят воды с минерализацией от 1 до 10 г/куб. дм или при меньшей минерализации, содержащие биологически активные микрокомпоненты, массовая концентрация которых не ниже бальнеологических норм, принятых в Российской Федерации. По величине общей минерализации они подразделяются на маломинерализованные от 1 до 5 г/куб. дм и среднеминерализованные от 5 до 10 г/куб. дм.

Лечебно-столовые минеральные воды применяются как лечебное средство при курсовом назначении. Маломинерализованные воды могут использоваться в качестве столового напитка.

К минеральным питьевым лечебным водам относятся воды с минерализацией от 10 до 15 г/куб. дм или при меньшей минерализации с наличием в них повышенных количеств мышьяка,

бора и некоторых других биологически активных микрокомпонентов. Допускается применение лечебных вод и более высокой минерализации (20 - 25 г/куб. дм). В исключительных случаях по специальным, утвержденным Минздравом России, методикам применяются с еще большей минерализацией (например, Баталинская - 21,0 г/л, Люгела – 52,0 г/л).

Лечебные питьевые воды обладают выраженным лечебным действием на организм человека и применяются только по назначению врача в определенной дозировке.

2. Минеральные воды, применяющиеся для наружных процедур, имеют минерализацию от 15 г/куб. дм и выше, вплоть до рассолов с минерализацией 150 - 300 г/куб. дм преимущественно хлоридного натриевого состава, или более низкую минерализацию при содержании биологически активных компонентов - брома, йода, сероводорода, углекислоты, радона от 185 Бк/куб. дм (5 нКи/куб. дм).

Наиболее эффективное лечебное действие данных вод наблюдается в интервале минерализации от 20 до 40 г/л (редко до 60 г/л). При наличии в составе биологически активных компонентов - брома, йода, сероводорода, углекислоты, кремнекислоты используются воды с минерализацией менее 15 г/куб. дм. К бальнеологическим минеральным водам относятся также природные термальные воды с температурой не менее 20 С0, которые часто характеризуются повышенным содержанием кремнекислоты (более 50,0 мг/куб. дм H2SiO3), а также радоновые воды, имеющие радиоактивность более 5 нКи/дм3.

В бальнеологии при наружном применении минеральных вод допускается разбавление рассольных вод до оптимальной минерализации и приготовление искусственных аналогов лечебных вод по утвержденным Минздравом России методикам. Искусственные минеральные воды для бальнеопроцедур могут также готовиться на основе природных солей, в том числе содержащих ароматизирующие и другие добавки и вещества, разрешенные к использованию Минздравом России.

3. Минеральные природные столовые воды имеют общую минерализацию до 1,0 г/куб. дм и представляют ценность как нативные пресные воды, которые могут употребляться для питья, приготовления пищи, для целей розлива без специальной реагентной водоподготовки. Для улучшения качества минеральных природных столовых вод допускается применение методов водоподготовки, не изменяющих естественного ионного состава вод.

Употребление бутылированных натуральных столовых вод оказывает благоприятное общефизиологическое действие, повышает иммунные функции организма, стабилизирует водно-солевой баланс.

Грязелечение относится к одному из старейших и известнейших способов терапии различных заболеваний, который и в настоящее время, будучи весьма эффективным, остается актуальным и находящим широкое применение в медицинской практике.

Грязелечение – целенаправленное, методически обоснованное использование лечебной грязи или ее компонентов с лечебно-профилактической целью.

Лечебные грязи (пелоиды) – это природные органоминеральные коллоидальные образования, обладающие высокими теплоемкостью и теплоудерживающей способностью и содержащие терапевтически активные вещества (соли, газы, биологически активные вещества и т.д.), а также живые микроорганизмы. Месторождения лечебных грязей возникают под влиянием сложных геологических, климатических и биологических процессов и представлены осадками различных водоемов, болот, извержений вулканов и т.д.

Пелоидотерапию успешно используют при патологии опорно-двигательного аппарата, в неврологии, гастроэнтерологии, оториноларингологии, в гинекологии и андрологии, при ряде кожных заболеваний. Вместе с тем, лечение нативными грязями сопряжено с рядом проблем,

среди которых истощение запасов пелоидов, изменение свойств грязевых залежей вследствие нарушения экологической чистоты, высокая стоимость содержания грязелечебниц. Все это создает предпосылки к тому, что данный метод лечения практически не используется в медицинских организациях стационарного и амбулаторного профиля, и все реже встречается в санаторно-курортной сети, несмотря на длительно существующие традиции и опыт успешного применения.

Ещё одним фактором, ограничивающим лечебное использование грязи, является рост числа пациентов, которым нативная пелоидотерапия чрезмерно нагрузочна (больные сахарным диабетом, заболеваниями сердечно-сосудистой системы, бронхо-легочной патологией), или противопоказана (онкологические заболевания).

В настоящее время расширяются возможности использования лечебных свойств грязи в медицине и косметологии за счет применения грязесберегающих технологий в сфере некурортных схем, в том числе и в амбулаторных условиях. Сегодня лечебные грязи предлагаются предприятиями по их переработке в различной фасовке (от 300 г до 10 кг), а также в форме аппликаторов, облегчающих введение – десневых, ректальных, вагинальных, косметических. Как правило, грязь проходит предварительную очистку и обработку, предусматривающую частичное обезвоживание, гомогенизацию, а в ряде случаев – сушку и измельчение. Такие препараты лечебной грязи имеют целый ряд преимуществ в использовании: комфортность приема, удобство транспортировки, хранения, существенное уменьшение расхода грязи.

В ряде случаев получение грязевых препаратов производственным способом позволяет использовать месторождения, обедненные по содержанию определенных биологически активных веществ, в частности органических, и месторождения, не пригодные для грязелечения по санитарным показателям, в т.ч. загрязненные микроорганизмами. Кроме того, применение препаратов грязи расширяет показания для пелоидотерапии. Грязевые препараты используются в виде компрессов, примочек, микроклизм, тампонов, полостных орошений, ингаляций, а также в сочетании с другими физиотерапевтическими процедурами.

Вопросы для обсуждения:

1. Каково значение бальнеотехники для курортной индустрии?
2. Бальнеологические курорты: использование естественных факторов в современных оздоровительных технологиях
3. В чем заключается подготовка минеральных вод для бальнеотерапевтических процедур?
4. Технологии, используемые для разработки грязевых месторождений?
5. Каковы особенности транспортировки различных минеральных вод и пелоидов?
6. Требования, предъявляемые к качеству и безопасности минеральных вод.
7. Как на питьевых бальнеологических курортах используют питьевые бюветы и галереи и каким требованиям они должны отвечать?

Форма практического задания: практическое задание.

Задание: Возьмите этикетку бутылки минеральной воды и дайте наименование ее состава на основе существующих классификаций.

Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 31 мая 2021 г. N 558н «Нормы и правила пользования природными лечебными ресурсами, лечебно-оздоровительными местностями и курортами» https://sudact.ru/law/prikaz-minzdrava-rossii-ot-31052021-n-558n/

ГОСТ Р 54316-2020. Национальный стандарт Российской Федерации. Воды минеральные природные питьевые. Общие технические условия https://storage.iq-provision.ru/doc_file/188/fdd673ff8dc8bc5b15c9e7280bf0df6f.pdf

Классификация минеральных вод и лечебных грязей для целей их сертификации https://meganorm.ru/Data2/1/4293741/4293741014.pdf?ysclid=m5qkpxobm4265652987

Методические указания 2000/34. Классификация минеральных вод и лечебных грязей для целей их сертификации. https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1736359293&tld=ru&lang=ru&name=4293741014.pdf

Презентация «Пелоидотерапия в лечебно-реабилитационных программах: возможности методик низкоинтенсивного воздействия» file:///C:/Users/home/Downloads/Prezentacia_Kulikov%20A.G.%20Gajdukova%20T.U.%20Turova%20E.A%20.%20FMBA-09.04.2024.pdf

Презентация «Природные факторы в медицинской реабилитации» https://ivgmu.ru/attachments/46732?ysclid=m5o4owc0jm170232377

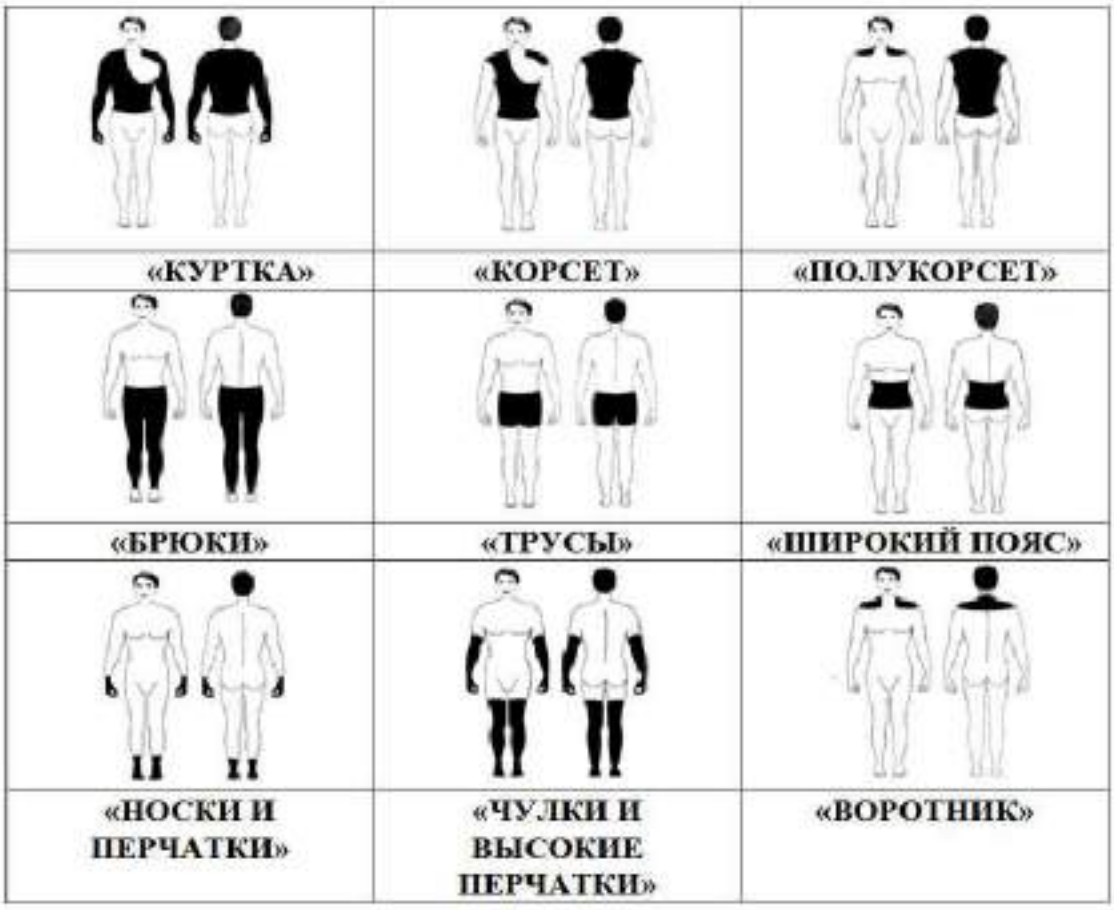


Рис. 1. Стандартные схемы наложения грязевых аппликаций

Классификация природных вод по величине минерализации, то есть суммы найденных в воде ионов:

пресные	*- до 1,0 г/кг*
солоноватые	*- 1—25*
воды с морской соленостью	*- 25—50*
воды соленые (с соленостью выше морской)	*- выше 50*

- Область преоных вод, установленная до 1 *г/кг*, основана на восприятии человеком вкуса солености при наличии ионов свыше 1 *г/кг*.
- Граница в 25 *г/кг* между солоноватыми водами и водами с морской соленостью установлена на том основании, что примерно при этой минерализации (24,695) температуры замерзания и максимальной плотности воды равны между собой. А эти характеристики весьма важны для гидрологии.
- Граница между водами с морской соленостью и соленными водами установлена потому, что в морях не наблюдается минерализации свыше 50 *г/кг*, более высокие ее величины характерны только для соляных озер и сильно минерализованных подземных вод.

https://present5.com/presentation/22047602_143727616/image-13.jpg

Классификации вод

По химическому составу

Классификация вод по В.А.Сулину

Тип воды	$\frac{rNa^+}{rCl^-}$	$\frac{rNa^+ - rCl^-}{rSO_4^{2-}}$	$\frac{rCl^- - rNa^+}{rMg^{2+}}$
1	2	3	4
Сульфатно-натриевый	>1	<1	-
Гидрокарбонатно-натриевый	>1	>1	-
Хлоридно-магниевый	<1	-	<1
Хлоридно-кальциевый	<1	-	>1

Щелочность	Жесткость	Солевость
$Ca(HCO_3)_2$	$Ca(HCO_3)_2$	$CaSO_4$
$Mg(HCO_3)_2$	$Mg(HCO_3)_2$	$MgSO_4$
$NaHCO_3$	$CaSO_4$	$CaCl_2$
	$CaCl_2$	Na_2SO_4
	$MgCl_2$	NaCl

https://theslide.ru/img/thumbs/86e604062f6ea6f5855f301bf3477b55-800x.jpg

Классификация природных вод по величине их минерализации

Минерализация, г×л$^{-1}$	Наименование вод
< 0,2	Ультрапресные
0,2 - 0,5	Пресные
0,5 - 0,1	С относительно повышенной минерализацией
1,0 - 3,0	Солоноватые
3,0 - 10,0	Соленые
10,0 - 35,0	С повышенной соленостью
35,0 - 50,0	Переходные к рассолам
50,0 - 400	Рассолы

https://present5.com/presentation/3/-101349775_437020487.pdf-img/-101349775_437020487.pdf-1.jpg

Тема 3.2. Биоклиматические и уникальные природные курортные ресурсы

Цель занятия: сформировать умение давать оценку природным ресурсам мира**.**

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: практические занятия, практическое задание.

Вопросы для обсуждения:

1. Климатотерапия в лечебно-реабилитационных и профилактических программах.
2. Биоклиматический потенциал, параметры биоклимата и методы их оценки.
3. Особенности континентального климата, используемого в лечебных и оздоровительных целях.
4. Использование морского климата в лечебных и оздоровительных целях.
5. Воздействие свежего воздуха на организм человека.
6. Принципы аэро- и гелеотерапии при лечении хронических заболеваний.
7. Талассотерапия, как инновационный метод комплексного восстановительного лечения.
8. Гидротерапия, как способ лечения.

Форма практического задания: практическое задание.

Используя данные таблиц 3.1 и 3.2 **определите**, какие рекреационные зоны или курорты Крыма имеют наиболее и наименее благоприятные условия для пляжного отдыха. Дайте письменный ответ.

Примечание: горный Крым имеет галичные пляжи, равнинный Крым – песчаные пляжи, Керчь – смешанные.

Таблица 3.1.

Оценка пляжных угодий для купания

Ширина зоны мелководья, м		Литология донного грунта в зоне мелководья		Число летних дней со среднесуточной температурой воды 18—22°		Скорости течения, м/с		Площадь водной прибрежной растительности, % на 100 м периметра воды	
Характеристика	оценка в баллах	характеристика	оценка в баллах	характеристика	оценка в баллах	характеристика	оценка в баллах	характеристика	оценка в баллах
5—10	4	песчаный	4	80	4	0	4	0	4
10—20	3	мелкогравийный	3	60—80	3	0—1	3	0—10	3
20—40	2	валунный	2	50—60	2	1—2	2	10—50	2
40—100	1	глинистый	1	30—50	1	2—3	1	50—80	1
100	0	илистый	0	30	0	3	0	80	0

Таблица 3.2.

Средние показатели продолжительности купального сезона на морском побережье Крыма (по данным из путеводителя «Республика Крым»)

Гидрометеостанции	Период с температурой воды 17° и более (первая строка) 20° и более (вторая)			Количество дней							
				с ограничениями						с комфортными* условиями	
	начало	конец	продолжительность дней	по волнению баллов			по температуре воды (°С)			для массовых купаний	купания для детей
				до 3	4 и более	всего дней	снижение		всего дней		
							до 16-14	ниже 14			
1. (Каркинитский залив)	6/V	6/X	154	65	15	80	5	–	5	73	50
	20/V	13/IX	117	54	13	67	1	–	1		
2. Черноморское	19/V	8/X	143	2	–	2	5	–	5	137	93
	14/VI	13/IX	92	1	–	1	–	–	–		
3. Евпатория	20/V	14/X	148	4	5	9	11	3	14	126	82
	20/VI	13/IX	86	3	1	4	–	–	–		
4. Севастополь	24/V	20/X	150	4	–	4	2	–	2	144	100
	26/VI	5/IX	102	2	–	2	–	–	–		
5. Ялта	17/V	23/X	160	33	19	46	76	6	13	96	65
	22/VI	4/IX	105	26	8	34	-	6	6		
6. Феодосия	23/V	15/X	146	31	11	42	16	11	27	84	50
	22/VI	3/IX	74	14	4	18	5	2	7		
7. Опасное (Азовское море)	21/V	9/X	142	60	14	74	–	–	–	68	52
	30 /V	14/IX	108	49	7	56	–	–	–		

Курорты Крыма https://cdn.culture.ru/images/25440aad-3331-5784-8d4c-9117d4e17cac

https://ecoimpact-ple.com/images/1546_rUQ8DK3drPABnB5bo5HToA.jpeg

Рекреационные ресурсы

https://24minus.ru/800/600/https/class-tour.com/wp-content/uploads/4/8/c/48ca674f8c11853dcf0b0b95f8192943.jpeg

Раздел 4. Курортно-рекреационные ресурсы России

Тема 4.1. Курортные зоны и агломерации России

Цель занятия: сформировать у обучающихся умения проектировать структуру курортных районов**.**

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: лекция, практические занятия, проект.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Россия располагает всеми видами курортных ресурсов. Высокий уровень курортного лечения в России признан во всем мире. Растущая популярность российских курортов обусловлена не только высоким уровнем сервиса, достойного самого взыскательного клиента, не в более приемлемых, по сравнению с западными курортами ценах, не отсутствием проблем с визами и языкового барьера, а уникальными природными лечебными факторами и новейшими медицинскими технологиями курортной медицины. Все богатство российской природной лечебницы окружено прекрасными пейзажами и нередко памятниками архитектуры – ведь эти благодатные места выбирали для поселения с древнейших времен.

Современный российский курорт - это уникальные природные лечебные факторы, высокие медицинские технологии, развитая инфраструктура, современные центры досуга и интересные экскурсионные программы. С каждым годом хорошеют российские города-курорты - строятся небольшие, уютные частные гостиницы и шикарные отели, теннисные корты и поля для гольфа, горнолыжные трассы и аквапарки, открываются казино и концертные залы, благоустраиваются курортные парки и пляжи.

В России есть все типы минеральных вод, все климатические зоны, и есть курорты, не имеющие аналогов или превосходящие по многим параметрам лучшие мировые курорты. С 1977 г. действует первая в России сильвинитовая спелеолечебница в калийном руднике на Верхнекамском месторождении калийных солей в городе Березники, Пермской области. Пока это единственная подземная лечебница в России. В 1984 г. российскими учеными изобретена галокамера, где был создан микроклимат с параметрами соляных копей подземной лечебницы в Солотвино, а в 1989 г. Соликамскими специалистами построена первая в мире климатическая камера из сильвинитовых солей. На земле воссоздан уникальный микроклимат подземного мира, что позволило расширить доступ к этому виду терапии от детей до взрослых преклонного возраста и в более комфортных условиях применить метод для профилактики и лечения широкого спектра заболеваний. Галокамеры и спелеокамеры – приоритетные разработки русской физиотерапевтической школы. В России ими оснащены многие санатории, городские медицинские центры.

Лечебно-оздоровительный отдых возможен и в крупных городах, если выбрать хороший спа-отель. На Черном море многие санатории и пансионаты советского времени преобразились в современные гостиничные центры, сохранив и расширив лечебную базу.

Например, *в Анапе*, здесь лечит все: воздух, рождающейся на стыке таманских степей и кавказских гор, уникальные грязи соленых озер, даже вино. В местечке Абрау-Дюрсо по соседству можно даже принимать лечебные ванны из шампанского.

В Карелии появился самый первый в стране лечебно-оздоровительный курорт. Его основал в 1719 году Петр Великий, благодаря тому, что здесь нашли богатые железом минеральные источники. Курорт назвали «Марциальные воды». Сегодня на его месте находится современный санаторий с тем же названием, а в округе – еще несколько лечебных центров.

Главной особенностью карельских курортов являются уникальные процедуры с применением шунгита. Это одна из древнейших горных пород на планете. Она считается целебной, в виде залежей встречается только здесь.

Не менее целебным воздействием обладают и природные богатства края, который из-за обилия лесов называют также «легкими Европы». А венец всего – его духовные сокровища, известные всему миру: деревянные церкви в Кижах, монастыри Валаама и Соловков.

Республика Алтай и Алтайский край представляют собой один большой климатический курорт. Сюда едут, чтобы увидеть небывалое природное разнообразие этих мест, где сходятся альпийские луга и степи, снежные пики и бескрайние плоскогорья, озера и ледники. Очень ценят Алтай любители народной медицины. Пантам, или неокрепшим рогам оленей-маралов, приписывается огромная омолаживающая сила, а здешний мед исцеляет просто от всех недугов.

Главный официальный курорт Алтая – Белокуриха. Здесь необычно мягкий для Сибири климат и целебный воздух. К аэротерапии следует добавить радоновые ванны и лечебные грязи из соленых алтайских озер. Белокуриха также активно развивается и как горнолыжный курорт.

Агломерации России. Российская Федерация является страной с преимущественно городским населением. Около 73% в зависимости от года переписи живёт в городах и посёлках городского типа, которые в свою очередь формируют агломерации. Критерии выделения и особенности агломераций России

Городская агломерация – компактная пространственная группировка поселений, объединённых многообразными связями (производственными, трудовыми, культурно-бытовыми, рекреационными) в сложную систему. Как правило, она возникает вокруг города-ядра. Среди поселений, входящих в агломерацию, часто фигурируют города-спутники.

В отличие от ряда зарубежных стран, в Российской Федерации официальный статистический учёт агломераций (Росстатом) не ведётся, а все экспертные оценки состава и численности агломераций, в том числе Института географии Академии Наук, ЦНИИП градостроительства, НИИ территориального развития и транспортной инфраструктуры, Географического факультета МГУ, региональных и городских местных властей и других источников, являются авторскими и несколько разнятся.

Согласно российским методикам, группа поселений выделяется в качестве городской агломерации, если население наибольшего из образующих её городов-ядер составляет более 100 тыс. чел., а в пределах 1,5-часовой транспортной доступности от него расположено ещё как минимум два города или посёлка городского типа, тяготеющих к центру. Количественными характеристиками агломераций являются численность населения и территория, качественной – коэффициент развития. С учётом данных параметров агломерации классифицируют от сильного до слабого уровня развитости (связанности), а также выделяют формирующиеся агломерации (прото-агломерации).

Однако методики определения границ (делимитации) агломераций, предложенные ещё в советский период, устарели. Зарубежный же опыт делимитации городских агломераций основан на выделении ядра агломерации (городской территории или урбанизированного ареала) на основе морфологического подхода – связности (сплошной застройки) территории и на анализе сложившихся связей (трудовой маятниковой миграции) между ядром (ядрами) и периферией агломерации (собственно, городская агломерация или метрополитенский ареал) – на основе функционального подхода.

В России, как и в остальном мире, преобладают моноцентрические агломерации с одним городом-ядром, который подчиняет своему влиянию все населённые пункты его пригородной зоны. Центр в этом случае намного превосходит по размеру и экономическому развитию своё окружение. Значительно меньшее число среди российских агломераций насчитывают полицентрические агломерации (конурбации). В обоих случаях пригороды служат дополнением и резервом развития.

В отличие от ряда стран остальной Европы, где уже сформировались несколько надагломерационных образований мегалополисов, в России пока можно выделить один формирующийся мегалополис, включающий поселения Московской агломерации в Московской области и

в непосредственно окружающих её областях, а также поселения по оси Москва–Владимир–Нижний Новгород.

Как и мировые, российские городские агломерации характеризуются высокой степенью индустриализации, концентрацией транспортной и прочей инфраструктуры, научных и учебных заведений, а также плотностью населения, значительно превышающей менее заселённую округу агломерации.

В советское время российские агломерации формировались благодаря как использованию преимуществ своего географического положения, так и ускоренным темпам преимущественного экономического и социального развития ряда городов-ядер и вновь создаваемых городов-спутников и практике формирования территориально-производственных узлов. В постсоветское время российские агломерации досформировались и укрепились в связи с резким уменьшением мест приложения труда в пригородной зоне, активной застройкой субурбанизированных территорий индивидуальной коттеджной жилой застройкой обеспеченных социальных слоёв, резко возросшими темпами автомобилизации и прочей большей транспортной мобильностью населения.

В настоящее время в связи с официальным и негласным ранжированием государственных преференций, желанием повышения инвестиционной привлекательности для частного бизнеса и престижем, власти некоторых городов планируют либо добиться официального статуса агломерации (например, одним из первых такую заявку сделал Иркутск, затем последовали Томск и другие), либо сформировать укрупнённое единое городское муниципальное образование за счёт большей части поселений фактической агломерации (например, близки к этому Чебоксары, хотя первый референдум по объединению с Новочебоксарском пока не увенчался согласием второго).

Федеральное российское правительство (Минрегионразвития и Минэкономразвития) планирует поддержать агломерационные процессы в рамках реализации программ создания так называемых «опорных городов» и городов-спутников, а также для исследований и решения проблем развития агломераций (в том числе 16 пилотных проектов) создали Межведомственную рабочую группа по социально-экономическому развитию городских агломераций и учредили «Агентство по социально-экономическому развитию агломераций Российской Федерации» (АСЭРА) под эгидой Минрегионразвития, Минэкономразвития и ассоциации «Союз российских городов».

Вопросы для обсуждения:

1. География курортов, курортных зон и курортных агломераций.
2. Крупнейшие курортные города.
3. Курортные зоны.
4. Курортные агломерации России.
5. Курорты России с особыми природными факторами: перспективы развития, использование естественных факторов в современных оздоровительных технологиях.

Форма практического занятия: проект.

Тема проекта: Разработайте виртуальную экскурсию «Курортные зоны и агломерации России».

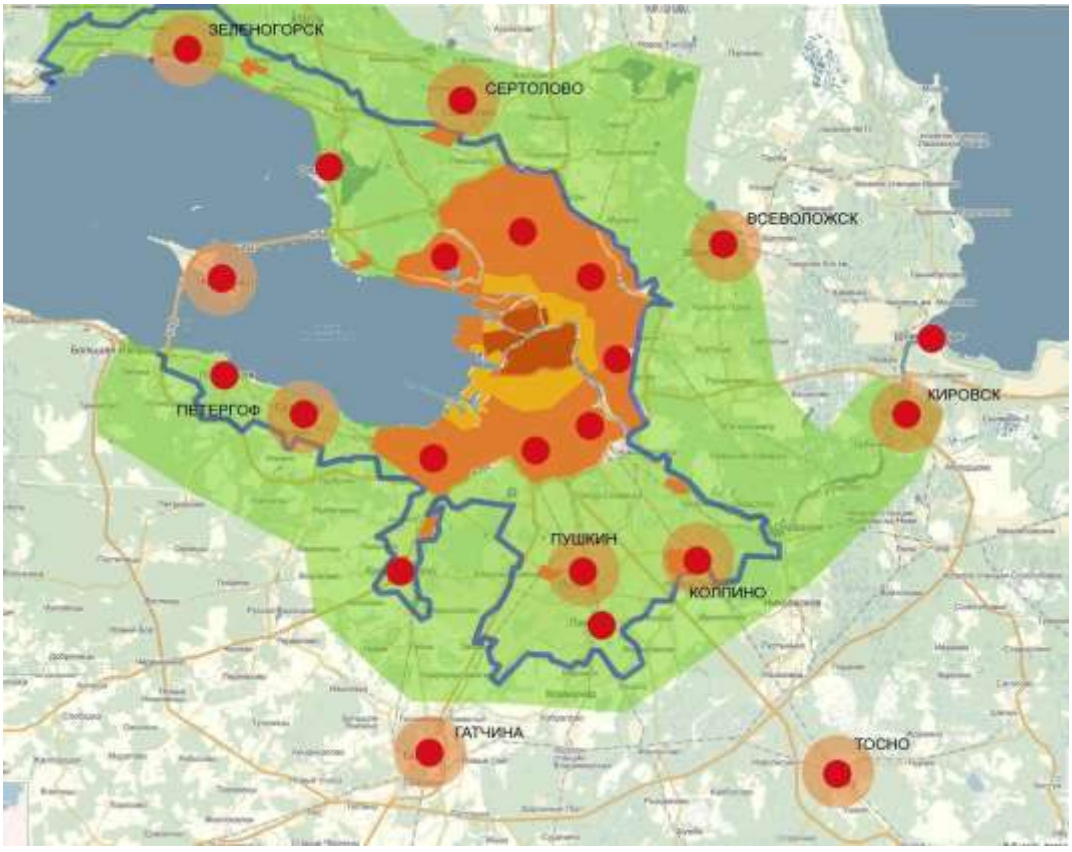
Карты курортов России https://geographyofrussia.com/karty-kurorty-rossii/

Перечень курортов России с обоснованием их уникальности по природным лечебным факторам
https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=135793&ysclid=m5ql5cxpr6569941718

https://geographyofrussia.com/wp-content/uploads/2014/12/221_3.jpg

https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ee50c19b952c606dc31e06bba55d9eca_l-3569687-images-thumbs&n=13

https://dzen.ru/a/YGQwAH8bm0VO3-rA



https://dzen.ru/a/YGQwAH8bm0VO3-rA

Тема 4.2. Природные лечебные ресурсы России и мира

Цель занятия: сформировать у обучающихся умения проектировать структуру курортных районов**.**

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: практические занятия, проект.

Вопросы для обсуждения:

1. Биоклиматический потенциал федерального курорта Кисловодск.
2. Современные ресурсные и экологические проблемы курортного региона Кавказских Минеральных Вод.
3. Курортно-рекреационные ресурсы Урала.
4. Курортно-рекреационные ресурсы Алтая.
5. Курорты России как центры оздоровительного отдыха.
6. Современный рынок лечебного туризма.
7. Лечебно-оздоровительный туризм в Европе.
8. Лечебно-оздоровительный туризм в Америке.
9. Лечебно-оздоровительный туризм в Азии.
10. Лечебно-оздоровительный туризм в Австралии и Океании.
11. Лечебно-оздоровительный туризм в Африке.

Форма практического задания: проект.

Задание: Проанализируйте позицию предложенных санаторно-курортных предприятий России (на выбор) по Плану:

Приморский край

Сочи (Краснодарский край)

Анапа (Краснодарский край)

Ялта (Крым)

Геленджик (Краснодарский край)

Евпатория (Крым)

Феодосия (Крым)

Светлогорск (Калининградская область)

Ессентуки (Ставропольский край)

Ейск (Краснодарский край)

Озеро Байкал (Иркутская область, Бурятия)

Селигер (Тверская, Новгородская области)

Санаторий Белокуриха (Алтайский край)

ПЛАН ХАРАКТЕРИСТИКИ КУРОРТА РОССИИ

1. Географическое положение (области, края, республики).
2. Природные рекреационные ресурсы:
2.1. Ландшафт.
2.2. Климат.
2.3. Месторождение минеральных вод и лечебных грязей.
2.4. Рекреация и туризм
3. Местоположение курорта.

4. История создания, кадровый медицинский состав, статус курорта.

5. Размещение инфраструктура.

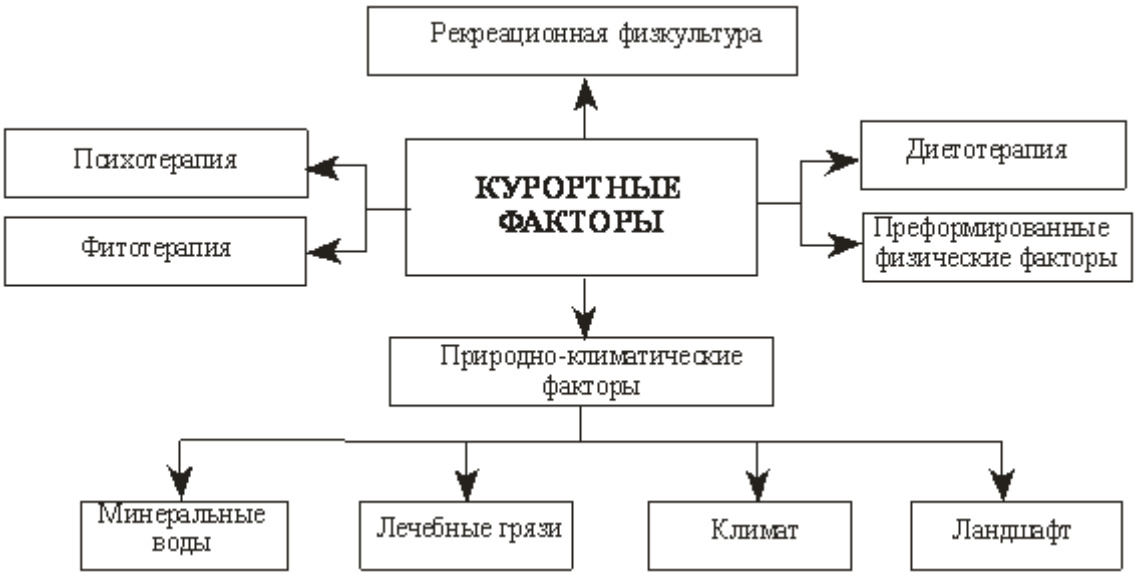
6. Лечебно-диагностическая база.

7. Лечебный профиль.

8. Специальные лечебные программы.

Презентация «Картографическое исследование санаторно-курортного потенциала Тихоокеанской России для целей регионального развития» file:///C:/Users/home/Downloads/2._kartograficheskoe_issledovanie_sanatorno-kurortnogo_potenciala_tihookeanskoy_rossii.pdf

Презентация: Экспортный потенциал санаторно-курортной отрасли в рамках ЕАЭС file:///C:/Users/home/Downloads/NESIBKINA%20IRINA.pdf



https://www.bibliofond.ru/wimg/9/480027.files/image004.gif

https://cf.ppt-online.org/files/slide/4/4KS5oQ0VOfeCFDHiIn6aZAghN8yLuXYlqrx1sJ/slide-6.jpg

Раздел 5. Санаторно-курортный продукт

Тема 5.1. Специфика и классификация услуг санаторно-курортного учреждения

Цель занятия: изучить состав и особенности санаторно-курортного продукта.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: лекция, практические занятия, практическое задание.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Организации санаторно-курортного комплекса оказывают отдыхающим, прибывшим на курорт, различные услуги, и продают разнообразные курортные товары. При их описании принято оперировать понятием «санаторно-курортный продукт».

Под санаторно-курортным продуктом понимается комплекс услуг и товаров, реализуемых отдыхающему санаторно-курортной организацией за общую цену по договору о реализации санаторно-курортной путевки.

Существует и расширенное понимание санаторно-курортного продукта, к которому относится комплекс услуг и товаров, приобретаемых рекреантами во время отдыха и лечения на курорте. В этом случае говорят о региональном санаторно-курортном продукте.

Следует иметь в виду, что по отношению к деятельности санаторно-курортных учреждений в здравоохранении принято употреблять понятие «санаторно-курортная помощь», которую можно определить как комплекс лечебно-диагностических, реабилитационных и профилактических мероприятий, выполняемых специально подготовленным персоналом в специализированных курортных учреждениях с преимущественным использованием природных лечебных факторов, для определенного контингента пациентов в рамках государственных социальных программ на бесплатной или льготной основе. Она входит в состав медицинской помощи и по аналогии с ней может рассматриваться как в более широком (как оказание помощи населению), так и в более узком смысле (как лечение конкретного больного). Другими словами, оперируя понятием «помощь», подразумевается обязанность государства перед населением по сохранению его здоровья.

Несколько шире понятие «санаторно-оздоровительные услуги», куда, в соответствие с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН) входят проживание, лечение и другое обслуживание в санаторно-курортных учреждениях (санаториях, профилакториях, пансионатах, базах отдыха и т.п.), а также прочие санаторно-оздоровительные услуги, оказанные гражданам этими учреждениями. Здесь уже возникает несоответствие с номенклатурой санаторно-курортных учреждений Минздрава, куда не входят пансионаты и базы отдыха, как не являющиеся медицинскими учреждениями.

Санаторно-курортный продукт является многоуровневым понятием, для описания которого используют атрибутивную теорию продукта Левитта – Котлера. В этом случае санаторно-курортный продукт описывается мультиатрибутивной моделью, графически напоминающей мишень с концентрическими кругами (рис.1).

В центре (ядре) модели – польза или выгода, полученная рекреантом от поездки на курорт. Для санаторно-курортного продукта такой пользой будут являться результаты лечения и рекреации, ощущаемые отдыхающим субъективно и подтверждаемые методами объективного обследования.

Базовый продукт, определяемый Т. Левиттом как базовые умения и ресурсы, необходимые свойства и характеристики суживает понятие «санаторный продукт» до уровня конкретной санаторно-курортной организации. Для санатория это уровень размещения, набор медицинских услуг, организация диетпитания, услуги отдыха и прочие услуги, входящие в стоимость путевки.

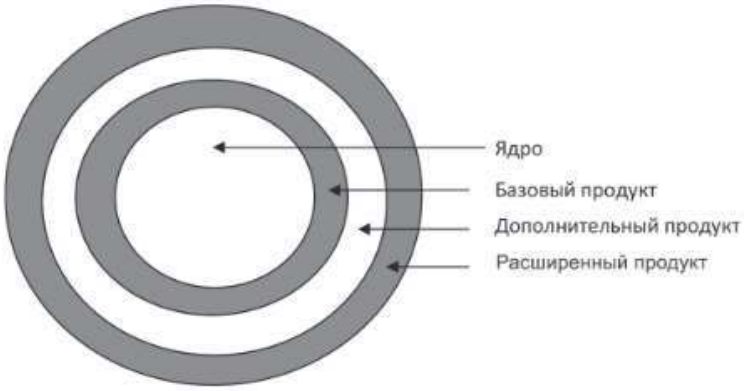


Рис. 1. Мультиатрибутивная модель санаторно-курортного продукта

Дополнительный продукт – это товары и услуги, приносящие основному продукту дополнительные выгоды, выделяющие его из сходных конкурентных продуктов. Сами дополнительные услуги (товары) могут не отличаться от сопутствующих, все дело в том, для каких клиентов сформирован продукт. В санатории к таким дополнительным услугам можно отнести косметологию, мануальную терапию, фитнес-центры, экскурсионные услуги и другие услуги, предоставляемые за дополнительную плату. Таким образом, дополнительный продукт помогает позиционировать на рынке базовый продукт.

Расширенный продукт – это продукт в широком понимании. Сюда относятся общая атмосфера продукта (физическая среда), комфортность общения клиентов друг с другом и персоналом, участие клиентов в процессе обслуживания, имидж предприятия, рекламные материалы и т.д.

При этом необходимо учесть, что расширенный продукт включает в себя не только то, что предлагается клиенту, но и то, как это делается, т.е. восприятие клиента.

Рассмотрим подходы к классификации типов санаторно-курортного продукта.

Классификация типов санаторно-курортного продукта

Классифицирующий признак	**Типы**
Цель поездки	Лечебный
	Рекреационный (отдых)
	Деловой и учебный
	Спортивно-оздоровительный
Приоритетность	Основной
	Дополнительный
Форма обслуживания	Полная путевка
	Путевка без лечения
	Курсовка
	Продажа отдельных услуг
Специфичность услуги	Услуги лечения
	Услуги проживания
	Услуги питания
	Услуги развлечения (досуга)
	Бытовые услуги
	Транспортные услуги
	Спортивно-оздоровительные услуги
Классность	Количество «звезд» в соответствии с Системой классификации гостиниц и иных средств размещения

Одним из основных классифицирующих признаков является цель или мотивы поездки. В этом плане выделяют продукты: рекреационный, лечебный, познавательный, деловой, спортивно-оздоровительный и др.

Распределение продукта в зависимости от целей поездки показывает следующее. Хотя санаторно-курортные организации по определению имеют лечебно-оздоровительную направленность, все же большинство из них пытается принимать отдыхающих, прибывших на курорт с разными целями. Даже санатории, являющиеся медицинскими учреждениями, продают некоторую долю путевок без лечения. Некоторые здравницы внедряют конгрессно-деловой подход, но только у отдельных из них проведение конгрессных, выставочных и учебных мероприятий является самостоятельным направлением и приносит ощутимый доход.

По приоритетности услуг представляется удобным выделять из совокупного продукта два комплексных элемента: основной (доминантный) и дополнительный (рецессивный). К доминантной части относятся услуги, без которых невозможна организация поездки вообще: проживание, питание, составляющие базовые услуги, а также специфические целевые услуги, определяющие своеобразие данного тура: лечение, отдых, проведение бизнес-мероприятий. Рецессивные элементы продукта включают в себя необязательные дополнительные товары и услуги, сопутствующие данному туру, в том числе программы экскурсий, развлечений, товары туристского спроса, сувениры и пр. С известной долей условности можно считать, что приоритетными для любого туриста являются услуги и товары, обеспечивающие его физические удобства: жилье и питание. Кроме того, для человека, временно находящегося вне дома, не менее важную роль играет и доступность транспортного перемещения. В целом же транспортные и бытовые услуги для любого путешественника являются более важными по сравнению с остальными частями продукта, и в экономическом плане могут аккумулировать в себе максимальную часть его туристского бюджета.

Оставшаяся доля туристских услуг (услуги, в которых реализуется основное назначение туристской поездки, и сопутствующие им товары и услуги) играют второстепенную, с точки зрения выделяемых на их удовлетворение средств, роль по сравнению с базовыми услугами. Это связанно с тем, что в шкале индивидуальных приоритетов туриста данные услуги, несмотря на то, что они являются целью любого путешественника, подчинены базовым услугам, и величина средств на их удовлетворение, следовательно, ставится путешественником в зависимость от стоимости товаров и услуг, обеспечивающих нормальную жизнедеятельность человека.

Вместе с тем следует оговорить определенную условность разделения курортных услуг на доминантные и рецессивные, ведь, с точки зрения потребительских качеств, различий между ними нет. Разница заключается в отношении услуг к первоначально приобретенному туристом продукту (путевке). Так, если экскурсии входили в заранее оговоренное комплексное обслуживание, то они считаются доминантными, если же турист приобрел какую-то экскурсию дополнительно к оплаченному туру, то эта же услуга уже становится рецессивной.

Проведенный нами анализ соотношения основных и дополнительных услуг на примере курорта Сочи показал, что в большинстве санаториев и пансионатов объем услуг, не включенных в стоимость путевки, редко превышает 20% и составляет в среднем по здравницам курорта 8,7% от объема полученных ими доходов.

По форме обслуживания основным санаторным продуктом является комплекс услуг, документируемый санаторной путевкой. Поскольку продажа санаторно-курортных путевок имеет льготы по уплате НДС, то по этой форме осуществляется обслуживание подавляющего большинства отдыхающих.

Если в туристском бизнесе происходит эволюция туров в сторону уменьшения базового набора услуг, то для санаторного продукта характерно все большее сокращение дополнительных услуг и максимальное включение в базовую стоимость всех возможностей курортного обслуживания. Это связано с приобретением путевок преимущественно за счет корпоративных средств и внебюджетных фондов, а не личных средств клиентов, а также указанным льготированием санаторной путевки по НДС. Напротив, организация курортной поездки за свой собственный счет приводит к покупке более дешевых путевок без лечения, а потребность в курортном лечении удовлетворяется за счет приобретения лечебных курсовок при использовании альтернативных средств размещения.

Классность санаторно-курортных организаций определяется в соответствии с Системой классификации гостиниц и иных средств размещения.

Для города-курорта Сочи как Олимпийской столицы, а также городов, принимающих чемпионат мира по футболу, применение этой классификации средствами размещения является обязательной. В использовании разных классов санаторного продукта в России наиболее популярны варианты «люкс» и дешевое размещение, что отражает практическое отсутствие среднего класса в социальном спектре отдыхающих.

Вопросы для обсуждения:

1. Медицинские услуги как целевая часть санаторного продукта.
2. Виды и состав санаторно-курортного продукта.
3. Жизненный цикл санаторно-курортного продукта.
4. Позиционирование санаторно-курортного продукта. Этапы процесса позиционирования.
5. Какие формы досуговой деятельности используют на курортах, каковы особенности их организации в условиях санаторно-курортного учреждения?
6. Какую роль в лечебном туризме играет индустрия развлечений, какие новые подходы используются при организации анимации?
7. Что собой представляет анимационный сервис, каковы особенности формирования анимационных программ для различных социальных групп?
8. Какие компоненты включают в себя организация и проведение анимационных программ?

Форма практического занятия: практическое задание.

Задание: 1. Проведите анализ мероприятий по организации досуга и анимационной деятельности в санаторно-курортных учреждениях на основе интернет-ресурсов, сайтов лучших санаторно-курортных предприятий России.

2. Перечислите наиболее популярные виды досуга, какие инновации используются при организации досуга взрослых и детей.

https://present5.com/presentation/141495930_302479197/image-20.jpg

http://images.myshared.ru/6/764193/slide_7.jpg

Тема 5.2. Организация питания и досуга в санаторно-курортных учреждениях

Цель занятия: ознакомиться с основными принципами рационального и диетического питания.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: практические занятия, практическое задание.

Вопросы для обсуждения:

1. Организация службы питания в санаториях.
2. Алиментарно-зависимые заболевания и их профилактика.
3. Лечебно-профилактическое питание.
4. Рацион питания и рациональное питание.
5. Суточные нормы питания в санаториях.
6. Пищевой статус как показатель здоровья населения России.
7. Гигиена питания.
8. Персонализированная диетология.
9. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации.
10. Коэффициент физической активности (КФА).
11. Классификация взрослого населения в зависимости от физической активности.
12. Лечебное и лечебно-профилактическое питание.

Форма практического занятия: практическое задание.

Задание. Составьте непрерывную программу однодневного отдыха (цикл рекреационной деятельности) в городе (на выбор) и его окрестностях в летний день с комфортной солнечной погодой по нижеперечисленным направлениям и категориям граждан (не менее 6 часов).

Программу оформите в форме таблицы.

1. Отдых рекреационно-оздоровительной направленности.
2. Отдых рекреационно-познавательной направленности.
3. Отдых рекреационно-лечебной направленности.

а) молодые люди от 18 до 25 лет (1 парень и 2 девушки);

б) семейная пара без детей от 20 до 35 лет;

в) семейная пара с ребёнком до 10 лет;

г) семейная пара с детьми 10-15 лет;

д) пожилая семейная пара возрастом более 60 лет.

Таблица

Программа отдыха (указать направленность и категорию граждан)

Время проведения	Место проведения	Вид рекреационного занятия	Предполагаемый рекреационный эффект

Методические рекомендации МР 2.3.1.0253-21 «Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации» https://upp.alregn.ru/pharmaceutical-industry/docs/inaya-poleznaya-informatsiya/MP%202.3.1.0253-21.pdf

Большев А.С. Питание и физическая нагрузка. Методы расчета общего и физического метаболизма: учеб.-метод. пособие / А.С. Большев, Д.Г. Сидоров, С.А. Овчинников, И.В. Волкова, В.М. Щукин; Нижегор. гос. архитектур.- строит. ун-т: – Нижний Новгород: ННГАСУ, 2021. https://bibl.nngasu.ru/electronicresources/uch-metod/sports/874662.pdf?ysclid=m5sme88uez10242299

Коэффициент физической активности https://mhlife.ru/fitness/motion/pal.html?ysclid=m5smhgyect408011321

Презентация «Успешные практики в сфере санаторно-курортного и гостиничного комплекса Краснодарского края. Продажи и маркетинг». file:///C:/Users/home/Downloads/Sbornik-Luchshikh-praktik-v-2021_2022-g..pdf

https://shkola14kaluga-r40.gosweb.gosuslugi.ru/netcat_files/110/1291/zdorov.jpg

https://s0.showslide.ru/s_slide/5908686818ba518b0c271b5980a187b7/ebdc0dd3-84b7-4477-a3ae-ca24bb527441.jpeg

https://koketta.ru/wp-content/uploads/d/0/0/d00e5fd3f4184252910e35f017ba5435.jpeg

Раздел 6. Рынок санаторно-оздоровительных услуг

Тема 6.1. Маркетинговый комплекс в санаторно-курортных организациях

Цель занятия: изучить основные положения и принципы маркетингового управления в санаторно-курортной сфере.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: лекция, практические занятия, кейс.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Санаторно-курортная деятельность не является однородной и включает в себя услуги различных видов: санаторно-оздоровительные, туристско-экскурсионные, размещения, питания, транспорта и пр. Соответственно, предприятия каждого вида деятельности формирует свой маркетинг как инструментарий работы на санаторно-курортном рынке.

Санаторно-курортный маркетинг можно определить как концепцию управления санаторно-курортной организацией, заключающуюся во всестороннем изучении потребностей отдыхающих в санаторно-оздоровительных услугах для наиболее полного их удовлетворения путем комплексных усилий по производству, реализации и продвижению лечебно-оздоровительного продукта на рынке с целью получения прибыли и достижения других целей, стоящих перед организацией, более эффективным, чем конкуренты, способом.

Если рассматривать отдельно санаторно-курортный маркетинг, то он значительно отличается от туристского маркетинга.

Основные отличия между ними следующие:

- санаторный маркетинг является маркетингом производителя услуг, тогда как туристский – маркетинг посредника и продавца;
- рыночные барьеры входа и выхода на рынок для санаторно-курортных предприятий значительно выше, чем для туристских фирм;
- санаторный маркетинг характеризуется негибкостью предложения, поскольку рекреационные услуги могут потребляться только в данное время и в данном месте и не могут быть перенесены в другой регион или на другой срок;
- в России туристский бизнес работает в условиях, более отвечающих рыночным, чем санаторно-курортный комплекс, который очень подвержен государственному регулированию в силу выполнения социального заказа и значительной доли организаций с государственной собственностью в его составе;
- санаторный маркетинг в настоящее время больше ориентирован на корпоративного клиента, туристский маркетинг – на индивидуального потребителя;
- ценообразование в санаторной сфере в большей степени основано на учете уровня издержек, особенно постоянных, тогда как в туризме более гибко отвечает на колебания спроса;
- санаторный маркетинг оперирует в основном на внутреннем рынке, туристский маркетинг активно работает и на международном рынке.

Основными **особенностями** санаторно-курортного маркетинга являются:

- комплексность лечебного продукта, то есть сочетание в одном пакете различных услуг, при доминировании медицинских услуг;
- специфичность лечебного продукта, а именно предназначение индивидуальным клиентам, имеющим проблемы со здоровьем;

- необходимость тесной координации фирм, продающих санаторно-курортный продукт, с производителями этого продукта, поскольку в процессе продаж появляются различные специфические вопросы медицинской тематики;
- необходимость в ряде случаев специальной медицинской подготовки к поездке (санаторно-курортная карта, выписки из историй болезни, амбулаторных карт и пр.);
- высокая эластичность спроса на санаторно-курортный продукт по отношению к цене и доходам, а также чувствительность к неценовым факторам внешней среды (политическим, экономическим, социальным, экологическим и др.); это связано с тем, что такой спрос не является первоочередным и легко откладывается потребителем;
- сглаженность сезонных колебаний спроса – чем сильнее выражен лечебный компонент, тем слабее сезонность;
- значительная стоимость санаторно-курортного продукта, связанная с длительностью курортного лечения и высокой стоимостью медицинских услуг.

Маркетинг как концепция управления санаторием в отличие от его использования как вспомогательной функции по обеспечению производства и сбыта услуг, делает упор на ориентацию всей совокупности функций на удовлетворение конкретного рыночного спроса различных социальных групп рекреантов, а следовательно, и на учет рыночной конъюнктуры, изучение специфических потребностей покупателей курортных услуг. Маркетинг в этом случае является основополагающей, целевой функцией, которая определяет все аспекты деятельности санаторно-курортной организации.

Маркетинг должен определять всю содержательную деятельность санаторно-курортной организации. В этом случае он превращается из обычной хозяйственной функции в само содержание, сущностную черту функционирования СКО, стремящейся к удовлетворению потребностей пациентов и получению максимально возможной прибыли. В целом схема маркетинговой управленческой системы санаторно-курортной организации выглядит следующим образом (рис. 1).

Рис. 1. Схема маркетинговой управленческой системы санаторно-курортной организации

Важнейшим организующим элементом системы является ее подчиненность определенной цели, где цель выступает в виде образа желаемого будущего, то есть определенной модели состояния, на которую направлено функционирование системы. Главная цель санаторно-

курортного маркетинга – достичь соответствия между возможностями (предложением) санаторно-курортных организаций и потребностями (спросом) на лечебно-оздоровительные услуги для достижения основной цели санатория – получения прибыли. Однако часто цели санатория не являются только коммерческими, а представляют собой сложное сочетание различных целевых установок, формирование которых определяется разнообразными факторами внешней и внутренней среды.

Целями маркетинга могут быть: удержание своих позиций на рынке санаторно-курортных услуг (стратегия выживания); проникновение на новые рынки (стратегия роста); получение сверхвысоких прибылей (стратегия «снятия сливок»); диверсификация продукта; социальные цели.

Цели маркетинга и определенные на этой основе задачи соответствуют главным целям организации. Поскольку требования потребителей лечебно-оздоровительных услуг к лечебному продукту, его качественным характеристикам, присущему ему набору потребительских свойств индивидуализированы, служба маркетинга СКО должна проводить систематические исследования как самих потребителей, так и конъюнктуры рынка, деятельности конкурентов, анализ собственных возможностей и эффективности мероприятий продвижения. Эта работа возлагается в санатории на информационный комплекс, который базируется на маркетинговой информационной системе (МИС). Под маркетинговой информационной системой понимаются персонал, а также совокупность оборудования, программного обеспечения, технологических приемов, осуществляющий планирование, сбор, обработку, анализ информации, представляющей интерес для лиц, принимающих решения в организации.

При этом не следует думать, что для этого формируется какая-то специально выделенная структура. Обычно обязанности по информационному обеспечению возлагаются на сотрудников службы маркетинга. Исходя из полученной информации, осуществляется ориентация всей хозяйственной деятельности СКО на удовлетворение рыночного спроса.

Эта ориентация достигается формированием *маркетингового комплекса,* под которым понимают совокупность контролируемых элементов маркетинга, функционирующих совместно и действующих на определенный сегмент потребителей. Классическими элементами маркетингового комплекса согласно концепции «4Р» являются: продукт (product); цена (price); продвижение (promotion); место (place). Большинство исследователей, занимающихся вопросами маркетинга в сфере услуг, считают возможным в дополнение к классическим рассматривать еще три элемента: персонал (people); материальные свидетельства (physical evidence); способ предложения услуг (process). Такой подход они объясняют специфическими особенностями сферы услуг (неразрывность процесса производства услуг от их потребления, изменчивость качества, неосязаемость и несохраняемость), отличающих их от материального производства.

Таким образом, ***комплекс санаторно-курортного маркетинга*** составляют семь основных элементов (продукт, цена, продвижение, место, материальные доказательства, процесс, персонал), формируемых после проведения маркетинговых исследований и анализа полученной информации и предназначенный определенному потребительскому сегменту. Поэтому каждому сегменту предназначается отдельный продукт. Исходя из этого, разрабатывают программу маркетинга, определяют позиции рекреационного продукта на рынке и направление воздействия на определенный рыночный сегмент.

Маркетинг в сфере курортных услуг включает в себя внешний, внутренний и интерактивный маркетинг. *Внешний маркетинг* определяет работу СКО по формированию цен, реализации путевок, продвижению медицинских услуг. *Внутренний маркетинг* включает весь комплекс взаимоотношений администрации санатория с персоналом (обучение, мотивацию, про-

движение по службе и др.), направленный на приобщение каждого работника к маркетинговой деятельности и обеспечение высокого качества обслуживания туристов. *Интерактивный маркетинг* определяет умение персонала обслужить клиента.

Результат курортного обслуживания – удовлетворенность пациента – складывается не только из технологической, но и функциональной составляющей. К первой составляющей относится материальная часть курортного продукта (уровень лечебной базы, комфортность номеров, организация питания и т.д.), ко второй – непосредственно процесс оказания курортных услуг, в осуществлении которого ведущую роль играет хорошо подготовленный и мотивированный персонал.

Одним из основных принципов маркетинга, в том числе и маркетинга в санаторно-курортной сфере, является принцип обратной связи. Наряду с принятием хозяйственных решений, в зависимости от конъюнктуры рынка, санаторно-курортные организации должны активно воздействовать на потребителей и конкурентов всеми возможными методами и средствами.

Таким образом, СКО должен не пассивно реагировать на спрос, а проводить продуманную, хорошо скоординированную политику завоевания рынка, формирования новых потребителей.

Вопросы для обсуждения:

1. Санаторно-курортный маркетинг.
2. Маркетинг курорта.
3. Управление маркетинговой деятельностью в санатории.
4. Интернет в маркетинговой деятельности санаторно-курортных организаций.
5. Характеристика санаторно-курортных сайтов и социальных сетей.
6. Санаторно-курортный продукт: понятие, виды, состав.
7. Стратегии ценообразования и программ продвижения санаторно-курортных услуг.

Форма практического занятия: кейсы.

Кейс 1. «Отдыха не будет, или, как санаторию вернуть клиентов?»

Санаторий «Старица» расположен на живописном берегу реки Старица, в Рязанской области, в 200 км от Москвы. В 1990-х годах санаторий был ведомственным, сюда приезжала отдохнуть и подлечиться «нефтегазовая элита» – сотрудники всех уровней местного нефтеперерабатывающего завода.

К началу 2000-х годов санаторий был приватизирован и продан частным лицам. И стал постепенно терять клиентскую базу. Кроме того, накануне кризиса 2008 года, отрезав часть территории, владельцы санатория затеяли на ней строительство жилья, превратившегося в долгострой.

В итоге, так как владельцы были не в состоянии расплатиться за взятый под строительство кредит, санаторий отошел в собственность банку. Новые владельцы решили восстановить былой успех «Старицы». Так появилось три варианта решения:

1. Привлечение в санаторий отдыхающих по путевкам ОФМС.
2. Перепрофилирование санатория в обычный дом отдыха (убрать медицинскую часть).
3. Поиск уникального, отличного от других, медицинского или клиентского профиля.

Вопрос: Какой из путей наиболее успешный? А может быть есть другое решение?

Кейс 2. «Курорт Кавказские Минеральные Воды (КМВ)»

Кавказские Минеральные Воды - бальнеотерапевтический грязевой климатический особо охраняемый эколого-курортный регион Российской Федерации. Кавминводы – это единый артезианский бассейн разнообразных по типам и богатейших по ресурсам подземных минеральных вод. Курортный регион Кавказские Минеральные Воды включает в себя крупные и самые известные в стране лечебные курорты: Кисловодск, Пятигорск, Ессентуки и Железноводск. Кавказские Минеральные воды - один из старейших регионов России.

Первые официальные сведения о здешних минеральных источниках содержатся в отчетах доктора Шобера (1717 г.), который был направлен высочайшим Указом Петра I в район Северного Кавказа "искать ключевые воды". По мере открытия источников и их лечебного применения складывались показания для лечения в санаториях Кавказских Минеральных Вод. Теперь отдых на Кавказских Минеральных Водах - одно из самых популярных направлений в России. Ежегодно санатории и гостиницы Кавказских Минеральных Вод принимают на отдых и лечение гостей со всех уголков России.

Кавказские Минеральные воды - самый многопрофильный и уникальный курорт мира. Санатории Кавминвода располагаются в экологически чистых районах. Уникальность отдыха и лечения в Кавминводах обусловлена исключительным разнообразием типов и разновидностей минеральных вод, месторождения которых компактно сосредоточены на относительно небольшом участке территории. По разнообразию минеральных вод Кавминводы не сравнятся ни с одним курортом не только в России, но и во всем мире.

На курорте Пятигорск около 50 источников - практически все типы минеральных вод. Удачное сочетание углекислых, сероводородных, радоновых источников, благоприятного климата и чудесного природного ландшафта предопределило судьбу ныне самого многопрофильного курорта России. Для лечения сюда направляются больные с заболеваниями периферической нервной системы, костно-мышечной системы, органов пищеварения, кожи, периферических сосудов, гинекологическими и андрологическими заболеваниями, профессиональными болезнями (вибрационная болезнь, профессиональные полиневриты). Многочисленные санатории КМВ: "Горячий ключ", "Дон", "Зори Ставрополья", санаторий имени С.М. Кирова, имени М.Ю. Лермонтова, Пятигорский военный санаторий, санаторий "Пятигорье", "Искра", "Ласточка", "Ленинские скалы" "Лесная поляна", "Машук", "Родник", "Руно", "Тарханы", гостиница "Интурист" и многие другие объекты отдыха.

Минеральные воды курорта Ессентуки часто сравнивают с водами лучших европейских курортов, хотя результаты лечения больных с заболеваниями органов пищеварения уже давно позволяют признать Ессентуки одним из лучших мировых курортов аналогичного профиля.

Прекрасно оборудованные здравницы Ессентуков "Виктория", "Металлург", "Надежда", "Нива", "Россия", "Целебный ключ", санаторий им. И.М. Сеченова, имени Калинина, санаторий имени И.П. Павлова, "Юность", "Аврора", "Березы", "Воронеж", "Геолог", "Долина нарзанов", "Дон", "Ессентукский центральный военный", "Жемчужина Кавказа", "Исток", "Казахстан", "Москва", "Украина", "Центросоюз", "Шахтер", им. Анджиевского и многие другие ждут отдыхающих круглый год.

Пансионаты и санатории Кавказских Минеральных Вод, расположенные в Железноводске, имеют два профиля: болезни органов пищеварения и болезни почек и мочевыводящих путей. Санаторий "Бештау", детский санаторий "Салют", "Горный воздух", "Дубовая роща", "Дубрава", "Здоровье", "Машук Аква-Терм", "Русь", санаторий им. М. Кирова, санаторий "Эльбрус", санаторий им. Тельмана, имени Крупской, имени 30летия Победы и многие другие прекрасно подготовлены к встрече отдыхающих.

Курорт Кисловодск, располагающий углекислыми минеральными водами, климатом, типичными для среднегорья - уникальное место для лечения больных с заболеваниями сердечно-сосудистой системы. Санатории Кисловодска: "Виктория", "Долина нарзанов", "Заря", "Кавказ", "Колос", "Красные камни", "Крепость", "Кругозор", "Луч", "Москва", "Нарзан", "Пикет", "Родник", "Узбекистан", "Факел", "Целебный Нарзан", "Центросоюза", "Электроника", "Эльбрус", Центральный военный санаторий, санаторий имени Горького, имени Семашко, имени Димитрова, имени Оржоникидзе, имени Кирова, вилла "Арнест", гостиницы "Гранд-отель", "Корона" и многие другие с высокопрофессиональным медицинским обслуживанием, современнейшим медицинским оборудованием, с прекрасной диагностической базой.

Климат на курортах Кавказских Минеральных Вод отличается разнообразием и формируется под воздействием ряда факторов. Предгорный характер местности и близость снежных вершин Главного Кавказского хребта с одной стороны, а с другой соседство засушливых степей и полупустынь Прикаспийского побережья определяют континентальные черты климата курортов Кавказских Минеральных Вод.

Воздух курортов отличается повышенной прозрачностью, условиями умеренной естественной гипоксии, высокой естественной ионизации при низком коэффициенте униполярности ионов, что при благоприятном режиме солнечного излучения позволяет проводить здесь все виды климатолечения.

Наиболее благоприятной для отдыха и лечения на Кавказских Минеральных Водах, по данным медицинской климатологии, является южная зона Кавказских Минеральных Вод.

Климат Кисловодска и его окрестностей отличается большим числом ясных дней, малыми скоростями ветра, пониженным атмосферным давлением, парциальным давлением кислорода и водяных паров воздуха, повышенной интенсивностью солнечной радиации. Около 30 дней в году не бывает солнца.

Курорты Кавказских Минеральных Вод - Ессентуки, Пятигорск, Железноводск - климатическая зона с большим количеством тепла и умеренными осадками. Пасмурные дни с туманами и изморозью бывают преимущественно в осенне-зимний период, что создает контраст с Кисловодском, где в это время в основном солнечно.

Уникальная природная среда делает отдых на Кавказских Минеральных Водах исключительно полезным для здоровья. Окружающие горные альпийские луга и курортные парки Кисловодска, Пятигорска и Железноводска оказывают сильное влияние на окружающую среду: очищают воздух от загрязнений и обогащают целебными летучими фитоорганическими веществами.

Основу курортных ресурсов для отдыха и лечения на Кавказских Минеральных Водах составляют минеральные воды различного состава. По богатству и разнообразию группа минеральных источников Кавказских Минеральных Вод несравнима ни с чем: здесь и источник Нарзан в Кисловодске с его бурлящим от углекислоты "холодным кипятком", и горячие воды Пятигорска и Железноводска, радоновые (Пятигорск), гидрокарбонатно-хлоридно-натриевые (Ессентуки) и другие воды. На относительно небольшой территории Кавказских Минеральных Вод насчитывается около 130 минеральных источников, часть из которых эксплуатируются с лечебными целями. Следует выделить четыре крупных месторождения углекислых вод - Кисловодское, Ессентукское, Пятигорское и Железноводское.

Кисловодское месторождение представлено углекислыми маломинерализованными водами, известными как Кисловодские Нарзаны, или просто Нарзаны. Они используются в виде ванн и для питьевого лечения.

Ессентукское месторождение содержит углекислые хлоридногидрокарбонатные натриевые воды типа "Ессентуки-4" и "Ессентуки-17"; сероводородно-углекислые хлоридногидрокарбонатные натриевые воды средней минерализации и другие. Используются на курорте Ессентуки для питьевого лечения и для наружных процедур.

Пятигорское месторождение характеризуется особо большим разнообразием минеральных вод, которые используются для питья и наружного применения.

Железноводское месторождение характеризуется преимущественным развитием углекислых маломинерализованных сульфатно-гидрокарбонатных кальциево-натриевых минеральных вод. Воды используются для питьевого лечения и для наружных бальнеопроцедур.

Месторождение лечебных грязей "Озеро Тамбукан" расположено в 15 км от г. Пятигорска. Тамбукан обеспечивает лечебной грязью все санатории Кавказских Минеральных Вод. Вода в озере горько-соленая, рапа сульфатно-хлоридно-натриевого состава с высокой минерализацией. Грязь и рапа озера обладают выраженным бактерицидным действием, поэтому в озере живут только рапные рачки. Черная пластичная сульфидная грязь содержит большое количество органических веществ, сероводород, метан, другие вещества. Загадочный и жутковатый Тамбукан поражает своей необычностью с первого взгляда. Даже в безветренную погоду его поверхность кажется черной – так хорошо виден сквозь толщу воды лежащий на дне слой целебной грязи. Тамбукан впервые научно описан И. Гюльдснштедтом в 1773 году под названием "Тамби", что в переводе с тюркского означает "плохой, дурной запах" (когда подъезжаете к озеру, привлекает внимание сильный запах сероводорода). Кабардинцы с древних времен знали о целебных свойствах минеральных вод многочисленных источников и грязей Тамбукана. Об этом свидетельствуют оставшиеся следы ванн, высеченных в камнях близ источников, остатки примитивных деревянных и каменных приспособлений для купания времен раннего бронзового века.

Помимо минеральных вод и лечебных грязей, курорты Кавказских минеральных вод отличаются большим разнообразием ландшафтно-климатических особенностей, обусловленных горным рельефом и сложным сочетанием геоморфологических зон. Особенно в этом отношении выделяется курорт Кисловодск, где климатолечение применяется в равной степени с бальнеолечением.

Многообразие минеральных вод, наличие высококачественных лечебных грязей, использование в лечебных целях особенностей климата обусловили широту диапазона медицинских показаний для курортного региона Кавминводы в целом и специализацию лечебного профиля каждого из его курортов.

Для Кисловодска - заболевания органов кровообращения, органов пищеварения, органов дыхания (хронические заболевания органов дыхания нетуберкулезного характера, бронхиальная астма без частых и тяжелых приступов).

Для Ессентуков - заболевания органов пищеварения, нарушения обмена веществ, сахарного диабета.

Для Пятигорска - заболевания костно-мышечной системы, болезни кожи, гинекологические болезни, профессиональные болезни (вибрационная болезнь, профессиональные полиневриты), педиатрия (лечение детей с последствиями родовых травм, неврологические заболевания, а также заболевания органов пищеварения детей).

Для Железноводска - заболевания органов пищеварения, почек и мочевыводящих путей (нетуберкулезного характера), нарушения обмена веществ.

Вопросы и задания:

1. Дайте характеристику лечебным факторам курорта Кавказские Минеральные Воды (КМВ). Разработайте предложения по совершенствованию курортного продукта региона.

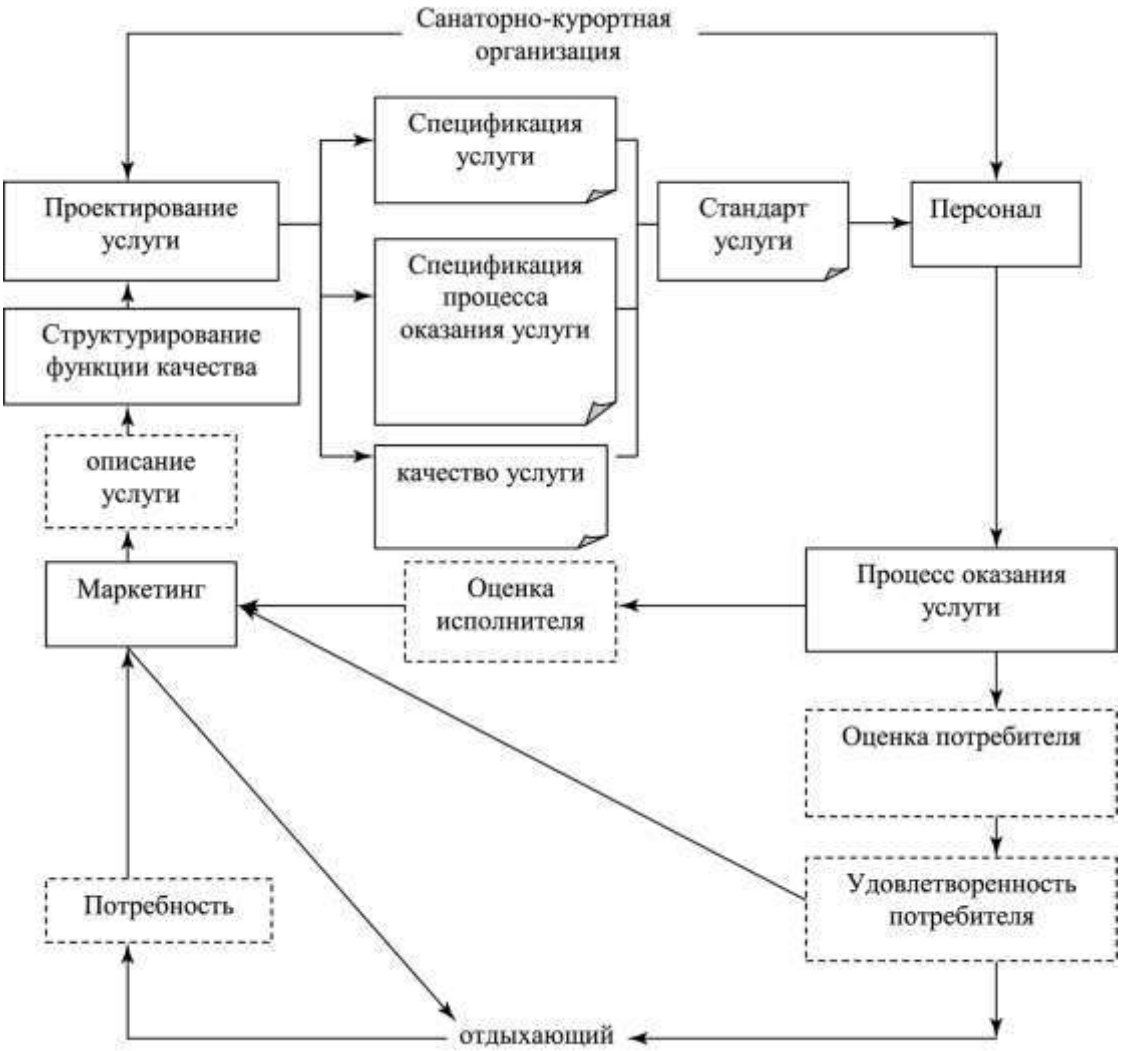
2. В чем должны заключаются стратегические направления развития курорта?

3. Какие инструменты маркетинга следует использовать региональной туристской администрации и прочим субъектам экономических отношений в регионе, заинтересованным в развитии курорта и повышении его привлекательности на внутреннем рынке туристско-рекреационных услуг?

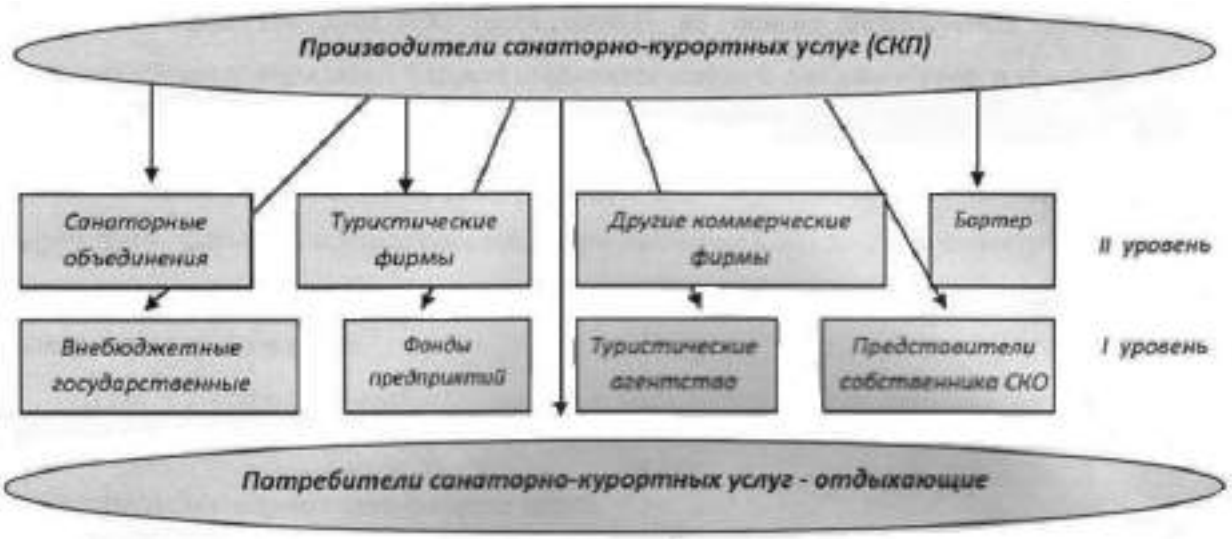
Презентация «Успешные практики в сфере санаторно-курортного и гостиничного комплекса Краснодарского края» file:///C:/Users/home/Downloads/Sbornik-Luchshikh-praktik-v-2021_2022-g.-1.pdf

Презентация «Маркетинг и продажи в санаторно-курортных организациях на аутсорсинге для достижения максимальной эффективности» file:///C:/Users/home/Downloads/Prezentacia_Pysnaa.pdf

Рис. Процесс управления маркетингом санаторно-курортных услуг
https://journal.neark.kz/wp-content/uploads/pdf/1-2020/26



Модель управления качеством санаторно-курортных услуг
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https



https://www.evkova.org/evkovaupload/job/176444/7.jpg

Тема 6.2. Позиционирование и продвижение санаторно-курортного продукта на рынке услуг

Цель занятия: изучить основные методы продвижения санаторно-курортных услуг.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: практические занятия, практические задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Организация сбыта санаторно-курортных путевок.
2. Организация продвижения и продаж санаторно-курортного продукта.
3. Исследование рынка санаторно-курортных услуг.
4. Маркетинговый комплекс в сфере санаторно-курортных услуг.
5. Ценовая политика санаторно-курортных организаций.
6. Программы лояльности в стимулировании сбыта.

Форма практического занятия: практические задания:

Задание 1. Разработайте новые каналы сбыта для санатория, если известно, что 50 % путевок реализуется через внебюджетные фонды. Укажите сколько процентов будет приходиться на каждый канал.

Задание 2. Составьте программу стимулирования санаторно-курортного продукта, в т.ч. через нетрадиционные формы продажи путевок

Презентация «Создание и упаковка медицинских программ в санатории» file:///C:/Users/home/Downloads/RosaSprings_2023.pdf

Презентация «Возможности региональных НКО и территориальный маркетинг. Опыт взаимодействия с органами исполнительной власти на примере РАСКУ «Санатории Татарстана» file:///C:/Users/home/Downloads/Terentev-Prezentatsiya-na-Zdravnitsu.pdf

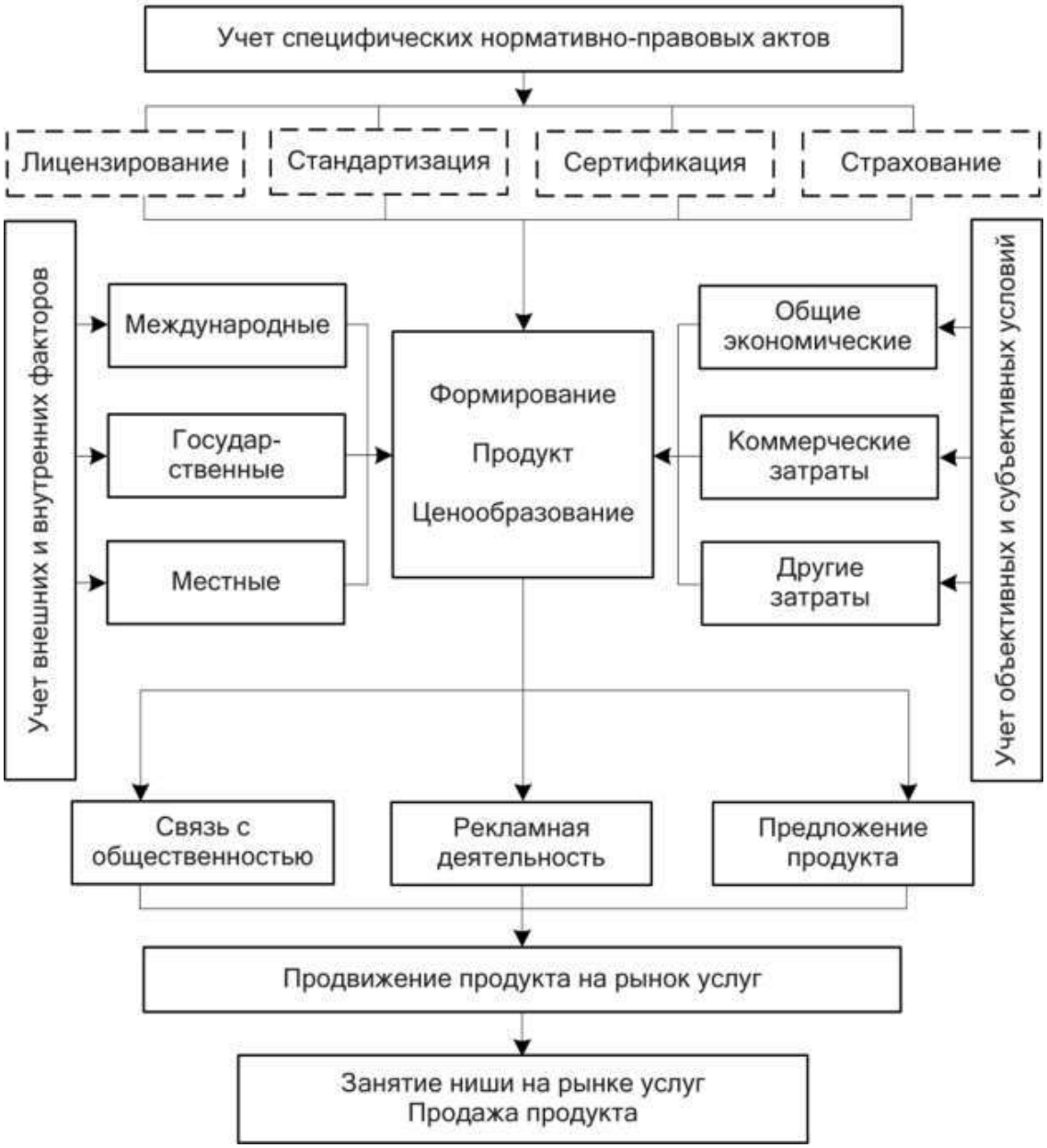
Рис. 1. Цели стратегии продвижения продукта

https://www.dis.ru/gif/market/arhiv/2013/4/9/formirovanie_marketingovoy_strategii_prodvizheniya_sanatorno_kurortnykh_uslug2.png

https://blog.iteam.ru/wp-content/uploads/2018/07/bl27_1.png

https://www.cfin.ru/press/practical/2007-11/03-03.png

https://ruward.ru/files/cases/finepromo-ru/blockpict/imagepng.jpg



https://studref.com/htm/img/34/7800/5.png

Раздел 7. Актуальные аспекты в санаторно-курортном деле. Современное состояние СКД в России. Инновации, проекты, будущее

Тема 7.1. Инновации в санаторно-курортном деле как антикризисные меры

Цель занятия: изучить инновационные подходы в деятельности санаторно-курортных организаций и рассмотреть способы улучшения управления санаторно-курортным процессом.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: лекция, практические занятия, эссе.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Санаторно-курортные комплексы обладают мощным инновационным, рекреационным и кадровым потенциалом, а также уникальными климатическими ресурсами, что является основополагающим фактором для развития СКК на инновационной основе. При комплексном управлении данными ресурсами создаются предпосылки реализации всех преимуществ в их взаимном единстве, что по сравнению с другими санаторно-курортными организациями, которые такими ресурсами не обладают, создают для СКК перспективные возможности значительного усиления конкурентных преимуществ и развития на инновационной основе.

Применение известных на сегодняшний день систем и моделей управления инновационным развитием, разработанных для предприятий производственной сферы, невозможно для СКК по ряду объективных особенностей присущих продукции, производимой санаторно-курортными комплексами относящихся к непроизводственной сфере, а именно:

1) неосязаемость — свойство санаторно-курортной услуги (СКУ), состоящее в том, что потребитель СКУ (рекреант, турист) не может увидеть, осязать, оценить ее качество до момента приобретения санаторно-курортной услуги. Потребитель не может оценить все свойства СКУ заранее, как это происходит с материальными товарами. В тоже время услуги не являются материальными объектами, могут быть материализованы только в момент производства;

2) неотделимость от источника предоставления СКУ. Традиционно товары сначала производят, хранятся, затем реализуются и в конечном счете их потребляют. В отличие от товаров у СКУ есть особенность, проявляющаяся в следующем: единство процесса производства и потребления СКУ (принятия оздоровительных процедур); неотделимость покупателя от процесса предоставления и потребления СКУ (осмотр врача); совместное потребления ряда услуг (экскурсия). Таким образом, мы приходим к выводу, что СКУ сначала продается, а затем только производится и потребляется;

3) непостоянство качества. Так как процесс оказания и потребления санаторно-курортных услуги связан с непосредственным участием людей (персонал) во взаимодействии с потребителем (рекреантом), то удовлетворенность клиента подвергается значительному риску. Этот риск заключается в наборе субъективных факторов, влияющих на качество производства услуги. Поскольку на процесс оказания услуги непрерывно оказывает влияние комбинация из различных факторов, то невозможно их полное повторения, при повторном предоставлении услуги;

4) недолговечность. Несохраняемость СКУ означает, что услугу нельзя хранить с целью получения дальнейшей прибыли или использования. Но следует отметить, что недолговечность СКУ является, в большей степени, точкой зрения продавца, так как для потребителя СКУ эффект от потребленной услуги может сохранятся долго, в виде улучшения здоровья после лечения и т.д.;

5) отсутствие владения. Приобретая материальные ценности, потребитель получает право пользования товаром на продолжительный промежуток времени. В свою очередь СКУ не

являются собственностью кого-либо, потребитель имеет доступ к услуге, только на протяжении ограниченного промежутка времени.

Систему управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов можно представить следующим образом:

— обеспечивающая подсистема может быть представлена собственными, заемными и привлеченными ресурсами, а также включать правовую и информационную основу;

— управляющая подсистема — это субъекты управления: руководство СКК, определяющие цели и задачи инновационной деятельности и инновационного развития СКК, осуществляющие бюджетный и финансовый контроль и осуществляющие инвестирование в инновации;

— управляемая подсистема — это объекты управления: финансовые, материальные, трудовые, рекреационные ресурсы;

— научная подсистема включает в себя исследования, разработки, ноу-хау и т. д.;

— под «входом» авторы обычно понимают средства или показатели (характеристики);

— под «выходом» понимают либо выработанные управленческие решения, либо экономические результаты.

На формирование стратегии инновационного развития СКК оказывают влияние два основных элемента — это внешняя и внутренняя среда санаторно-курортного комплекса. Внешняя среда представлена государственными органами, которые при помощи административных ресурсов, сосредоточенных в их руках, влияют на СКК через фискальную, нормативную и финансовую системы и т. д. Следующий элемент, входящий во внешнюю среду СКК, это инвесторы, которые заинтересованы предложением по привлечению инвестиций в СКК, способны влиять на формировании инновационной стратегии развития, ориентируясь на свои интересы.

Важным элементом внешней среды являются поставщики (предоставляющие дополнительные услуги, а также ресурсы), так как от них зависит бесперебойная поставка необходимых ресурсов для функционирования, развития и реализации инновационной стратегии СКК. Наиболее влиятельный блок представляют потребители. Формируя своими предпочтениями, спрос от которого зависит прибыль сейчас и вектор дальнейшего развития СКК на перспективу. Основываясь на требованиях потребителей санаторно-курортного продукта, СКК стремится создавать новые продукты (услуги) отвечающие требованиям рекреантов, что является основным стимулом для внедрения инноваций в производство санаторно-курортных услуг. Постоянно меняющиеся потребности рекреантов являются основой внедрения инноваций.

Внутренняя среда представлена непосредственно собственниками и коллективом СКК. Эти два элемента имеют также серьезные возможности для влияния на формирования стратегии инновационного развитием СКК. Собственник способен единолично принять решения и заблокировать реализацию того или иного инновационного проекта (новой услуги) не конкретизируя причины принятия такого решения. Субъективность этого фактора нужно учитывать особо при разработке стратегии развитием СКК.

Управление инновационным развитием реализуется через управляющую подсистему (субъект управления), которая, учитывая влияния внешней и внутренней среды, формирует стратегию инновационного развития санаторно-курортного комплекса и осуществляет воздействие на управляемую подсистему (объект управления) для получения намеченного результата стратегии.

Эффективность стратегии инновационного развития (СИР) зависит от быстроты и своевременности принятия управленческих решений. Для этого управляющей подсистеме необходимо учитывать ряд требований, а именно: целенаправленности принимаемых решений; четкости; адресности; единства и согласованности (непротиворечивости); постановка конкретного срока исполнения; своевременности принятия решения; исчерпываемость и своевременность принимаемых решений.

От правильности принятия управленческих решений во многом зависит эффективность СИР. Ответственность за результаты и обоснованность от принятого решения несет управляющая подсистема (руководство) санаторно-курортного комплекса.

При разработке стратегий инновационного развития и в ходе непосредственной реализации проектов (программ) главное правильная постановка целей деятельности. Необходима четкая постановка конечной цели стратегии (результата) и соответственно целей формирования СИР. Оценка всех составляющих элементов входящих в СИР позволит своевременно выявить допустимые варианты данной стратегии и выбрать среди них наиболее эффективный и отвечающий конечным целям стратегии.

Вопросы для обсуждения:

1. Методологические основы реализации инноваций в системе управления санаторно-курортной сферой.
2. Современное состояние санаторно-курортных организаций в России.
3. Современное состояние санаторно-курортных организаций в мире.
4. Обзор санаторно-курортной деятельности по статистическим данным.
5. Антикризисные меры государственной поддержки санаторно-курортных предприятий.
6. Рыночные условия деятельности санаторно-оздоровительных организаций: проблемы спроса, перспективы

Форма практического занятия: эссе.

Тема эссе: Санаторно-курортное дело в России: состояние, проблемы и перспективы.

Презентация: Экспортный потенциал санаторно-курортной отрасли в рамках ЕАЭС file:///C:/Users/home/Downloads/NESIBKINA%20IRINA.pdf

https://sko-online.ru/thumb/2/n-TZSVUwbk0nrp96Giji6w/580r450/d/dlya_stati_2.jpg

https://sko-online.ru/thumb/2/VYEgc9bj31-pUZJKG23Tyg/580r450/d/img_1943.jpg

Тема 7.2. Оценка уровня инновационной активности санаторно-курортных комплексов

Цель занятия: изучить уровень инновационной активности санаторно-курортных организаций.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: практические занятия, проект.

Вопросы для обсуждения:

1. Роль цифровых технологий как инструмента развития санаторно-курортного комплекса.
2. Управления изменениями на предприятиях санаторно-курортного комплекса в современных условиях.
3. Преимущества и недостатки санаторно-курортной деятельности в период кризисов (COVID).
4. Маркетинговая деятельность в санаторно-оздоровительной организации, ее особенности.
5. Возможности и ограничения в санаторно-оздоровительной деятельности в решении проблем сезонности.

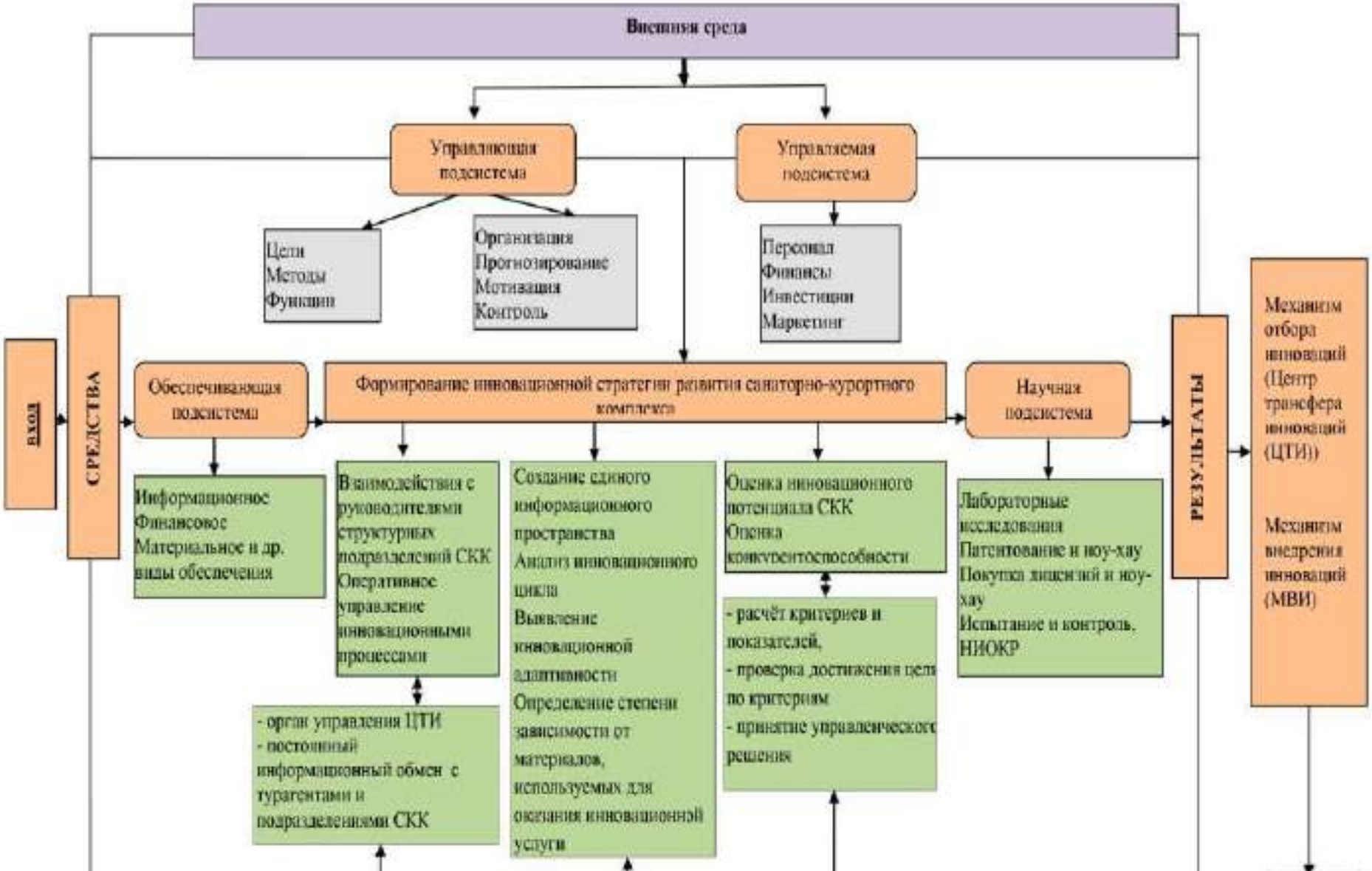
Форма практического занятия: проект.

Тема проекта: 1. Дайте оценку инновационным ресурсам санаторно-курортным предприятиям Кавказских Минеральных Вод и Сочи.

2. Разработайте мероприятия, направленные на повышение инновационного потенциала санаторно-курортной организации.

Презентация: Инновационные методы медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1736549670&tld=ru&lang=ru&name=RF-Innovatsionnye-metody-meditsinskoy-reabilitatsii-i-sanatorno_kurortnogo-lecheniya.pptx&text

https://sko-online.ru/stat/post/innovacionnye-tehnologii-v-kurortnoj-i-reabilitacionnoj-medicine


Внешняя среда
Управляющая подсистема
Управляемая подсистема
Цели
Методы
Функции
Организация
Прогнозирование
Мотивация
Контроль
Персонал
Финансы
Инвестиции
Маркетинг
ВХОД
СРЕДСТВА
Обеспечивающая подсистема
Формирование инновационной стратегии развития санаторно-курортного комплекса
Научная подсистема
РЕЗУЛЬТАТЫ
Механизм отбора инноваций (Центр трансфера инноваций (ЦТИ))
Механизм внедрения инноваций (МВИ)
Информационное
Финансовое
Материальное и др. виды обеспечения
Взаимодействия с руководителями структурных подразделений СКК
Оперативное управление инновационными процессами
- орган управления ЦТИ
- постоянный информационный обмен с турагентами и подразделениями СКК
Создание единого информационного пространства
Анализ инновационного цикла
Выявление инновационной адаптивности
Определение степени зависимости от материалов, используемых для оказания инновационнэй услуги
Оценка инновационного потенциала СКК
Оценка конкурентоспособности
- расчёт критериев и показателей,
- проверка достижения цели по критериям
- принятие управленческого решения
Лабораторные исследования
Патентование и ноу-хау
Покупка лицензий и ноу-хау
Испытание и контроль, НИОКР

Раздел 8. Нормативно-правовые основы функционирования санаторно-курортных организаций

Тема 8.1. Нормативно-правовое регулирование санаторно-курортной деятельности

Цель занятия: изучить нормативно-правовую базу, регулирующую деятельность санаторно-курортных предприятий.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: лекция, практические занятия, проект.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Санаторно-курортная деятельность как значительный сектор экономики страны требует надежного правового регулирования и создания благоприятных условий для ее развития. На курортное дело распространяется в полной мере регулирующее воздействие норм различных отраслей права: медицинского, страхового, административного, экологического, о защите прав потребителей и др. Особое значение в правовом обеспечении курортной деятельности отводится гражданскому праву.

Гражданский кодекс РФ (ГК), являясь основным законом в рыночной экономике, своими нормами охватывает и сферу курортов. В нем даны определения предпринимательской деятельности, юридического лица, индивидуального предпринимателя без образования юридического лица, коммерческих и некоммерческих организаций и их организационно-правовых форм. Услуги рассматриваются в ГК как один из объектов гражданских прав, а медицинское обслуживание конкретно названо в числе услуг, предусмотренных в договоре возмездного оказания услуг. В ГК сформулированы общие положения о договоре, дана развернутая система норм об отдельных обязательствах и договорах. Гражданский кодекс является законодательной основой для регулирования отношений в сфере предпринимательства, в том числе в предпринимательской деятельности курортных организаций.

Другим законодательным актом, распространяющимся на правовые отношения в сфере курортных услуг, является Закон **«О защите прав потребителей»**. Закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров, работ, услуг надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья потребителей, получение информации о товарах, работах, услугах и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

Одними из ключевых моментов, связанных с данным законом, являются вопросы заключения договора с потребителем об оказании санаторно-курортных услуг. Такой договор представляет собой сложную, многогранную правовую конструкцию.

По своей форме данный договор относится к группе так называемых смешанных договоров, так как включает элементы как договоров по возмездному оказанию услуг (медицинских и гостиничных услуг, услуг питания), так и договора подряда.

К сожалению, сегодня нормативная база, регулирующая договорные отношения в санаторно-курортной сфере, явно недостаточна, что затрудняет применение многих норм на практике.

Статья 12 Закона предусматривает ответственность за ненадлежащую информацию, согласно которой клиент вправе потребовать возмещения убытков и возврата уплаченной по до-

говору суммы. Эта впрямую касается санаторно-курортной сферы, поскольку предоставление надлежащей информации о потребительских свойствах путевки непосредственно влияет на решение потребителя о покупке. Здравницам и турфирмам следует крайне внимательно отнестись к предоставлению в договорах и памятках информации о туре и предупреждении туристов об опасностях или сложностях путешествия. Поэтому целесообразно включить в текст договора или в приложение к нему положения об информировании заказчика и пациентов (отдыхающих) об их правах и обязанностях под расписку.

Чтобы в будущем, если будут возникать какие-либо споры, санаторно-курортное учреждение могло подтвердить, что каждый заказчик и каждый пациент (отдыхающий) был проинформирован о своих правах и обязанностях.

При решении вопроса о том, что является существенными условиями договоров на оказание санаторно-курортных услуг, следует руководствоваться аналогией закона, а именно положениями Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп.).

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации.
2. Основные формы курортной деятельности в России. Организация их работы.
3. Правовое регулирование отношений в санаторно-курортной сфере.
4. Проблемы правового регулирования в сфере реализации санаторно-курортного продукта.
5. Особенности правового регулирования взаимоотношений в курортной сфере России и мировой практике.
6. Нормативно-законодательные акты в сфере регулирования взаимоотношений в санаторно-курортной сфере в РФ.

Форма практического занятия: проект.

Задание: Проанализируйте состояние санаторно-курортного комплекса Российской Федерации и определите перспективы его развития.

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/?ysclid=m5vnkxbddh617135850

Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/?ysclid=m5vnmfo51a565884319

Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1736808124&tld=ru&lang=ru&name=Federalnyi_zakon_ot_21_11_2011_N_323_FZ_red_ot_28_12_2022_Ob_osnovakh.pdf&text

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/?ysclid=m5vnswdnwi159665650

Федеральный закон от 04.08.2023 № 469-ФЗ (ред. от 08.08.2024) "О внесении изменений в Федеральный закон "О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах", отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утра-

тившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации" https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1736808251&tld=ru&lang=ru&name=Federalnyy-zakon-ot-04.08.2023-N-469_FZ-O-prirodnykh-lechebnykh-resursakh_-lechebno_ozdorovitelnykh-mestnostyakh-i-kurortakh-_-otdelnye-zakonodatelnye-akty-Rossiyskoy-Federatsii-i-priznanii-utrativ.pdf&text

Приказ Минздрава России от 15.12.2014 N 834н (ред. от 02.11.2020) "Об утверждении унифицированных форм медицинской документации, используемых в медицинских организациях, оказывающих медицинскую помощь в амбулаторных условиях, и порядков по их заполнению" https://tub-spb.ru/wp-content/uploads/2022/02/prikaz-minzdrava-rossii-ot-15.12.2014-n-834n.pdf?ysclid=m5vmvetpem254039341

Приказ Минздрава России от 28.09.2020 № 1029н (ред. от 26.04.2023) "Об утверждении перечней медицинских показаний и противопоказаний для санаторно-курортного лечения" https://resbol.mz19.ru/upload/iblock/29e/Prikaz-Minzdrava-Rossii-ot-28.09.2020-N-1029n-_red.-ot-26.04.pdf

Распоряжение Правительства РФ от 26 ноября 2018 г. № 2581-р «О Стратегии развития санаторно-курортного комплекса РФ» https://kurort.minzdrav.gov.ru/articles/10/6?ysclid=m5vn18zqz535199251

Презентация НОВЫЕ ПРАВИЛА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ. ЧАСТЬ 2 file:///C:/Users/home/Downloads/2024_01_18_10.pdf

Презентация «Стратегическое и приоритетное направление государственной политики в области охраны здоровья граждан Чувашской Республики. «Курортное Дело Чувашии» Концепция Государственной программы Чувашской Республики по развитию санаторно-курортного комплекса» file:///C:/Users/home/Downloads/%D0%94%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B7%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B0%201%20(%D1%80%D0%B5%D0%B4.).pdf

https://cf.ppt-online.org/files/slide/d/dVGwABqQZ6uh2xEaeoXUKMb3nDOHi5r0JpyvI4/slide-5.jpg

https://mypresentation.ru/documents_6/4fa53cee9bc8a6b13849098dec5db36b/img3.jpg

https://npgt.ru/images/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/2020/%D0%AF_%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C_%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D1%8E_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE/%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80.jpg

Тема 8.2. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг

Цель занятия: формирование у студентов системы знаний и практических навыков в области лицензирования, стандартизации и сертификации санаторно-курортных услуг.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

Методы обучения: словесные, наглядные и практические.

Средства обучения: простые и сложные.

Основные методические приемы: практические занятия, кейсы.

Вопросы для обсуждения:

1. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг.
2. Особенности лицензирования в санаторно-курортной сфере (туризм, медицина, общественное питание).
3. Стандартизация и сертификация в курортной сфере.

Форма практического занятия: кейс.

Кейс 1. Основываясь на положениях Международной гостиничной конвенции, Международных гостиничных правилах, Правилах предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, решите ситуационную задачу.

Группа туристов в составе 13 человек должна была проживать в санатории, согласно заключенному контракту, 15 дней. По истечении семи дней произошло изменение цен на гостиничные услуги.

Вопросы: Должен ли в этом случае санаторий придерживаться цен, предусмотренных контрактом? По истечении, какого срока с момента их изменения могут применяться новые цены? Дайте обоснованный ответ.

Кейс 2. Основываясь на положениях Международной гостиничной конвенции, Международных гостиничных правилах, Правилах предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, решите ситуационную задачу.

Турагент, заключивший контракт с санаторием и направивший в санаторий группу туристов, принял на себя обязательства по оплате счета за предоставленные услуги. Счет был оплачен в течение 36 дней с первого дня его получения.

Вопросы: 1. Своевременно ли оплатил счет турагент?

2. Какие суммы должен выплатить турагент в случае пропуска установленных сроков оплаты счета?

Кейс 3. Пользуясь Системой классификации гостиниц и других средств размещения, определите категорию санатория как объекта размещения.

Номерной фонд составляют 48 номеров. Здание имеет светящиеся вывеску и эмблему, вход для гостей с козырьком для защиты от осадков и воздушно-тепловой завесой. Номера на 100% оснащены внутренней городской, междугородной и международной связью. Услуги питания гостям предоставляются круглосуточно в нескольких залах, работает ночной клуб. На территории работают магазины, киоски, почта, телеграф. К услугам желающих – закрытый плавательный бассейн (площадь водной поверхности – 40 м^2), тренажерный зал. В случае необходимости гости могут воспользоваться услугами врача. Здание санатория располагается на второй линии от моря. Внешний вид здания, качество общественных помещений и их оборудование хорошие. В 100% номеров качество и оборудование номеров и ванных комнат хорошие. Во всех ванных комнатах подогревается пол, есть биде, фен и банные простыни. Во всех номерах – спутниковое телевидение. Имеется охраняемая автостоянка.

Постановление Правительства РФ от 01.06.2021 N 852 (ред. от 20.03.2024) "О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково") и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации" (вместе с "Положением о лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково")") https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_385633/

Письмо Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения от 6 ноября 2018 г. N 01И-2613/18 "О лицензионном контроле медицинской деятельности санаторно-курортных организаций" https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72001716/

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Услуги средств размещения. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К УСЛУГАМ САНАТОРИЕВ, ПАНСИОНАТОВ, ЦЕНТРОВ ОТДЫХА https://docs.cntd.ru/document/1200092283

Сертификация санаториев https://eacaudit.ru/article/sertifikaciya-sanatoriev?ysclid=m5vo9m1n1h822923589

СИСТЕМА ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ
САНАТОРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

№ РОСС RU.О253104САУ0 001-П

Срок действия с 16.04.2022 г. по 16.04.2025 г.

№ 000014

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ ЧОУ ДПО «ИНСТИТУТ КУРОРТНОЙ МЕДИЦИНЫ И ТУРИЗМА»
орган, выдавший сертификат
РФ, 357508, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Клубничная, дом 2а

УСЛУГА (РАБОТА) 86.90.140
наименование услуг (ОКПД)
ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ КОМПЛЕКСАХ

КОД 86.90.4 «Деятельность санаторно-курортных организаций» ОКВЭД-2

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ
нормативные документы

ИСПОЛНИТЕЛЬ ЗАО «Курорт Ключи»
организация-держатель сертификата

НА ОСНОВАНИИ Акт проверки Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Пермскому краю № 927 от 15.06.2021 г.
акты, протоколы, заключения

Схема 4

М.П.

Руководитель органа М.А. Шутенко

Эксперт Ю.В. Давлетова

https://www.spa-kluchi.ru/upload/iblock/6a6/n1q9cv0ybods13q9pbatg8gw10al3ev6/1.jpg

Серия ЛО-79 0000461

УПРАВЛЕНИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
ПРАВИТЕЛЬСТВА ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ

ЛИЦЕНЗИЯ

№ 79-01-000449 от 06 апреля 2018 г.

На осуществление медицинской деятельности

(за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»)

Виды работ (услуг), выполняемых (оказываемых) в составе лицензируемого вида деятельности, в соответствии с частью 2 статьи 12 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности»:

СОГЛАСНО ПРИЛОЖЕНИЮ (ЯМ)

Настоящая лицензия предоставлена

Общество с ограниченной ответственностью «Санаторий «Санус»

ООО «Санаторий «Санус»

Общество с ограниченной ответственностью «Санаторий «Санус»

общество с ограниченной ответственностью

Основной государственный регистрационный номер юридического лица (индивидуального предпринимателя) (ОГРН) 1187901000187

Идентификационный номер налогоплательщика 7902536963

https://санус.рф/assets/galleries/85/lic_1.jpg

https://image3.slideserve.com/5925134/slide18-l.jpg

П. 2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю) «ОСНОВЫ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ДЕЛА»

Тема занятия 1.1. История развития курортного дела

Формы практических заданий: дискуссия; проекты.

Вопросы к обсуждению:

1. В чем состоит роль Древней Греции и Римской империи в развитии человеческого общества?
2. Раскройте хронологию этапов становления мировой науки о курортах – курортологии.
3. Какие научные открытия способствовали развитию курортного дела, накоплению знаний о бальнеологии и бальнеотерапии?

Проект

Темы: 1. Древние мировые курортные центры.

2. История развития первых русских императорских курортов.

3. Сестрорецкий курорт: история и современность.

Требования к выполнению практического задания:

Требования к оформлению проекта

1. Текст работы: шрифт TimesNewRoman (русифицированный) размером 12 кегль, цвет черный; поля верхнее, нижнее, левое, правое – по 2 см; межстрочный интервал – полуторный; абзацные отступы (красные строки) – 1,5 см; выравнивание текста – по ширине; расстановка переносов – автоматическая; номера страниц проставляются на каждой странице, кроме титульного листа (т.е. содержание – это страница № 2); параметры страницы: размер бумаги–формат А4; ориентация–книжная;

2. Заголовки структурных частей работы: «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЕ РАЗДЕЛА», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЕ», печатаются прописными (заглавными) буквами.

3. Заголовки разделов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной) с абзаца. Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой. Заголовки и подзаголовки приводят в форме именительного падежа единственного и (реже) множественного числа.

4. Заголовки рубрик должны начинаться как с прописной буквы, подзаголовки – только со строчной (если это, конечно, не имена собственные).

5. Заголовок главы, параграфа не должен быть последней строкой на странице. Расстояние между заголовком (за исключением заголовка пункта) и текстом должно быть равно 3 интервалам. Каждую структурную часть работы рекомендуется начинать с нового листа.

6. Презентация является основным компонентом защиты ИП.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;

- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Оформление презентации

Оформление слайдов	
Стиль	Соблюдение единого стиля оформления.
Фон	Для фона необходимо выбирать более холодные тона (синий, зеленый).
Использование цвета	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
Анимационные эффекты	Анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде
Представление информации	
Содержание информации	Заголовки должны привлекать внимание аудитории. Необходимо использовать короткие слова и предложения, минимизировать количество информации.
Расположение информации на странице	Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней
Шрифты	Для заголовка использовать размер шрифта не менее–24. Для информации использовать размер шрифта не менее 18. Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. Прописные буквы читаются хуже строчные.
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов с: текстом; таблицами; диаграммами.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Исторические этапы развития курортного дела: доантичный период – эмпирическое использование природных лечебных ресурсов.
2. Зарождение основ санаторно-курортного дела в античный период.
3. Развитие курортного дела в Средневековой Европе и Средней Азии.

Тема занятия 1.2. Основные этапы развития курортного дела в России
Формы практических заданий: дискуссия; кейс.

Вопросы к обсуждению:

1. Огосударствление курортов. Деятельность Наркомздрав РСФСР в сфере курортного дела.

2. Декрет СНК РСФСР «О лечебных местностях общегосударственного значения» 1919 года.

3. Восстановление курортов Крыма в 1921 г. Особенности Крымских курортов в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями.

4. Создание Главного курортного управления Наркомздрава во главе с наркомом Н.А. Семашко и специалистом по курортному делу Н.И. Тезяковым.

5. Программа развития санаторно-курортного дела в России. Деятельность Н.А. Семашко, З.П. Соловьева, Н.И. Тезякова.

Кейсы

Кейс № 1

В 1920 году в Пятигорске был создан Бальнеологический институт. Несмотря на ограниченные материальные возможности страны, даже в годы разрухи выделялись ассигнования на развитие системы лечебно-оздоровительных учреждений. Первые санатории и дома отдыха создавались на базе бывших дворцовых и помещичьих усадеб, дач монастырей и немногочисленных частных санаториев, пансионатов и гостиниц. В 1926 по инициативе Н.А. Семашко в Москве был организован Центральный институт курортологии.

Задание: Назовите как минимум 5 сознанных лечебно-оздоровительных учреждений в период с 1900-1940.

Кейс № 2

Первая мировая война положила конец развитию курортов, резко сократила приток отдыхающих, но в прифронтовой полосе были организованы два курорта.

Вопросы: 1. Для чего были созданы эти два курорта?

2. Укажите их места нахождения и название этих курортов.

Кейс № 3

К началу 1940 г. в СССР было уже 3600 санаториев и домов отдыха почти на 470 тыс. мест. Однако значительное число санаториев было предназначено для определенной категории людей.

Вопрос: Что это была за категория и почему ее выделяли?

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).
4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).
5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

титульный лист, содержание доклада;

- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Основные этапы развития курортного дела в России.
2. Становление российской курортологической школы с петровских времен до наших дней.
3. Марциальные минеральные источники.
4. Кавказские лечебницы.
5. Старая Русса.

Тема занятия 2.1. Санаторно-курортное лечение и реабилитация в санаторно-курортных учреждениях

Формы практических заданий: дискуссия; эссе.

Вопросы к обсуждению:

1. Каковы основные положения, цели и особенности Концепции охраны здоровья здоровых в Российской Федерации?

2. Каковы основные направления Отраслевой программы охраны здоровья здоровых в Российской Федерации?

3. Что в оздоровительной медицине означает понятие реабилитации, какие задачи она решает в зависимости от своего вида?

4. Какие курортные факторы используются на санаторно-курортном этапе реабилитации?

5. Какие основные комплексы, мероприятия и технологии используются в целях реабилитации?

6. Каковы основные принципы построения реабилитационных программ?

7. Что такое курортная реабилитация, каковы ее особенности, задачи, структура циклов?

Эссе

Тема: «Почему здоровье лучше поправлять в России?».

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – посередине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превы-

шать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Сущность лечения, профилактики и реабилитации в санаторно-курортных учреждениях.
2. Рекреационная сущность курортного дела.
3. Характеристика основных функций курортного дела: профилактическая, реабилитационная, рекреационно-оздоровительная, анимационно-досуговая.
4. Организационно-методические основы компенсаторно-расширенного и расширенного форм восстановления физического состояния человека в учреждениях санаторно-курортного типа.

Тема занятия 2.2. Постановка лечебного процесса на курортах

Формы практических заданий: дискуссия; тест.

Вопросы к обсуждению:

1. Рекреационные потребности человека.
2. Медико-биологические, социально-культурные и экономические функции рекреации.
3. Основные рекреационные лечебные ресурсы: климатические, бальнеологические, лечебные грязи и др. виды лечебных ресурсов.

Тест

1. **Целями санаторно-курортного лечения являются** (выберите один или несколько ответов):

a. восстановление и компенсация функций организма

b. организация условий с определенным режимом дня

c. организация отдыха и оздоровительных процедур

d. активация защитно-оздоровительных реакций организма

2. Задачами лечащего врача при направлении пациента на санаторно-курортное лечение являются (выберите один или несколько ответов):

a. определение медицинских показаний

b. определение медицинских противопоказаний

c. назначение диетического питания

d. определение курса лечения и оздоровления

3. Поводом для отказа в санаторно-курортном лечении потребителю является (выберите один или несколько ответов):

Выберите один или несколько ответов:

a. обострение хронического заболевания пациента

b. отсутствие направления врача

c. прибытие пациента с ребенком, младше 7 лет

d. опоздание пациента по причине отсутствия билетов на транспорт

4. При каком условии санаторно-курортное учреждение компенсирует затраты после отказа потребителя от купленной путевки (выберите один ответ):

a. в высокий сезон загрузки

b. в договоре существует пункт о сроках отказа от путевки

c. санаторно-курортное учреждение докажет стоимость реально понесенных расходов

d. оплата путевки была осуществлена по безналичному расчету

5. Направлениями санаторно-курортной деятельности в РФ являются (выберите один или несколько ответов):

a. спортивно-оздоровительное

b. курортное

c. рекреационно-познавательное

d. лечебно-оздоровительное

6. Качество санаторно-курортного лечения обеспечивается (выберите один ответ):

a. показаниями лечащего врача

b. стандартами, разработанными санаторно-курортным учреждением

c. не имеет стандартов, определяется индивидуальными особенностями организма пациента

d. стандартами санаторно-курортной помощи, разработанными Российским научным центром медицинской реабилитации и курортологии

7. Регулирование санаторно-курортным комплексом РФ осуществляется на уровне (выберите один ответ):

a. федеральном, региональном, муниципальном

b. федеральном

c. региональном

d. муниципальном

8. Имеет ли право Министерство здравоохранения РФ самостоятельно принимать нормативные акты (выберите один или несколько ответов):

a. нет

b. да, положения о курортах федерального значения

c. да, положения о курортах местного значения

d. да, нормы и правила использования лечебных ресурсов

9. Верно ли утверждение «Граждане РФ не могут воспользоваться услугами санаторно-курортного учреждения без услуг лечения» (выберите один ответ):

c. верно

d. неверно

10. Верно ли утверждение «Разработка технологий и комплексных программ для оздоровления и реабилитации детей требует отдельного подхода» (выберите один ответ):

c. верно

d. неверно

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Виды санаторно-курортных режимов. Значимость санаторно-курортного режима для человека.
2. Этапы пребывания в санатории. Распорядок дня. Сон.
3. Принципы диетического питания.
4. Классификация туристско-рекреационных ресурсов.
5. Природные ресурсы в деятельности санаториев.
6. Экономические ресурсы в санаторно-курортной деятельности.
7. Трудовые ресурсы в деятельности санаториев.
8. Влияние корпоративной культуры на деятельность санаторно-курортных предприятий.

Тема занятия 3.1. Минеральные воды. Лечебные грязи

Формы практических заданий: дискуссия; практическое задание.

Вопросы к обсуждению:

1. Каково значение бальнеотехники для курортной индустрии?
2. Бальнеологические курорты: использование естественных факторов в современных оздоровительных технологиях
3. В чем заключается подготовка минеральных вод для бальнеотерапевтических процедур?
4. Технологии, используемые для разработки грязевых месторождений?
5. Каковы особенности транспортировки различных минеральных вод и пелоидов?
6. Требования, предъявляемые к качеству и безопасности минеральных вод.
7. Как на питьевых бальнеологических курортах используют питьевые бюветы и галереи и каким требованиям они должны отвечать?

Практическое задание: Возьмите этикетку бутылки минеральной воды и дайте наименование ее состава на основе существующих классификаций.

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания.
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания.
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе.

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий.

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы.

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на них.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Характеристика минеральной воды.
2. Потребительские свойства минеральных вод.
3. Как правильно пить минеральную воду.
4. Применение минеральных вод в лечении заболеваний.
5. Характеристика лечебной грязи.
6. Виды лечебной грязи.
7. Воздействие лечебных грязей на организм человека.
8. Влияние климата и погоды на здоровье человека.
9. Лечебно-оздоровительное влияние факторов ландшафтной сферы на организм человека.

Тема занятия 3.2. Биоклиматические и уникальные природные курортные ресурсы

Формы практических заданий: дискуссия; практическое задание.

Вопросы к обсуждению:

1. Климатотерапия в лечебно-реабилитационных и профилактических программах.
2. Биоклиматический потенциал, параметры биоклимата и методы их оценки.
3. Особенности континентального климата, используемого в лечебных и оздоровительных целях.
4. Использование морского климата в лечебных и оздоровительных целях.
5. Воздействие свежего воздуха на организм человека.
6. Принципы аэро- и гелеотерапии при лечении хронических заболеваний.
7. Талассотерапия, как инновационный метод комплексного восстановительного лечения.
8. Гидротерапия, как способ лечения.

Практическое задание

Используя данные таблиц 3.1 и 3.2 **определите**, какие рекреационные зоны или курорты Крыма имеют наиболее и наименее благоприятные условия для пляжного отдыха. Дайте письменный ответ.

Примечание: горный Крым имеет галичные пляжи, равнинный Крым – песчаные пляжи, Керчь – смешанные.

Таблица 3.1.

Оценка пляжных угодий для купания

Ширина зоны мелководья, м		Литология донного грунта в зоне мелководья		Число летних дней со средне-суточной температурой воды 18—22°		Скорости течения, м/с		Площадь водной прибрежной растительности, % на 100 м периметра воды	
Характеристика	оценка в баллах	характеристика	оценка в баллах	характеристика	оценка в баллах	характеристика	оценка в баллах	характеристика	оценка в баллах
5—10	4	песчаный	4	80	4	0	4	0	4
10—20	3	мелкогравийный	3	60—80	3	0—1	3	0—10	3
20—40	2	валунный	2	50—60	2	1—2	2	10—50	2
40—100	1	глинистый	1	30—50	1	2—3	1	50—80	1
100	0	илистый	0	30	0	3	0	80	0

Таблица 3.2.

Средние показатели продолжительности купального сезона на морском побережье Крыма (по данным из путеводителя «Республика Крым»)

Гидрометеостанции	Период с температурой воды 17° и более (первая строка) 20° и более (вторая)			Количество дней							
				с ограничениями						с комфортными* условиями	
	начало	конец	продолжительность	по волнению баллов			по температуре воды (°С)			для массовых купаний	купания для детей
				до 3	4 и более	всего дней	снижение до 16-14	снижение ниже 14	всего дней		
1. (Каркинитский залив)	6/V	6/X	154	65	15	80	5	—	5	73	50
	20/V	13/IX	117	54	13	67	1	—	1		
2. Черноморское	19/V	8/X	143	2	—	2	5	—	5	137	93
	14/VI	13/IX	92	1	—	1	—	—	—		
3. Евпатория	20/V	14/X	148	4	5	9	11	3	14	126	82
	20/VI	13/IX	86	3	1	4	—	—	—		
4. Севастополь	24/V	20/X	150	4	—	4	2	—	2	144	100
	26/VI	5/IX	102	2	—	2	—	—	—		
5. Ялта	17/V	23/X	160	33	19	46	76	6	13	96	65
	22/VI	4/IX	105	26	8	34	-	6	6		
6. Феодосия	23/V	15/X	146	31	11	42	16	11	27	84	50
	22/VI	3/IX	74	14	4	18	5	2	7		
7. Опасное (Азовское море)	21/V	9/X	142	60	14	74	—	—	—	68	52
	30 /V	14/IX	108	49	7	56	—	—	—		

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания.
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания.
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе.
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий.
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы.

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на них.

Взаимодействие с аудиторией
Вопросы:

1. Биоклиматические курортные ресурсы.
2. Биоклиматическая оценка комфортности.
3. Классификация типов климата.
4. Климатические зоны курортов горных районов России.
5. Низкогорные курорты России.
6. Среднегорные курорты России.
7. Уникальные природные курортные ресурсы России.
8. Уникальные природные курортные ресурсы мира.
9. Курорты России с особыми лечебными факторами.
10. Курорты мира с особыми лечебными факторами.

Тема занятия 4.1: Курортные зоны и агломерации России.
Формы практических заданий: дискуссия; проект.

Вопросы к обсуждению:

1. География курортов, курортных зон и курортных агломераций.
2. Крупнейшие курортные города.
3. Курортные зоны.
4. Курортные агломерации России.
5. Курорты России с особыми природными факторами: перспективы развития, использование естественных факторов в современных оздоровительных технологиях.

Проект
Задание: Разработайте виртуальную экскурсию «Курортные зоны и агломерации России».

Требования к выполнению практического задания:

Требования к оформлению проекта

1. Текст работы: шрифт TimesNewRoman (русифицированный) размером 12 кегль, цвет черный; поля верхнее, нижнее, левое, правое – по 2 см; межстрочный интервал – полуторный;

абзацные отступы (красные строки) – 1,5 см; выравнивание текста – по ширине; расстановка переносов – автоматическая; номера страниц проставляются на каждой странице, кроме титульного листа (т.е. содержание – это страница № 2); параметры страницы: размер бумаги–формат А4; ориентация–книжная;

2. Заголовки структурных частей работы: «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЕ РАЗДЕЛА», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЕ», печатаются прописными (заглавными) буквами.

3. Заголовки разделов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной) с абзаца. Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой. Заголовки и подзаголовки приводят в форме именительного падежа единственного и (реже) множественного числа.

4. Заголовки рубрик должны начинаться как с прописной буквы, подзаголовки – только со строчной (если это, конечно, не имена собственные).

5. Заголовок главы, параграфа не должен быть последней строкой на странице. Расстояние между заголовком (за исключением заголовка пункта) и текстом должно быть равно 3 интервалам. Каждую структурную часть работы рекомендуется начинать с нового листа.

6. Презентация является основным компонентом защиты ИП.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Оформление презентации

Оформление слайдов	
Стиль	Соблюдение единого стиля оформления.
Фон	Для фона необходимо выбирать более холодные тона (синий, зеленый).
Использование цвета	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
Анимационные эффекты	Анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде
Представление информации	
Содержание информации	Заголовки должны привлекать внимание аудитории. Необходимо использовать короткие слова и предложения, минимизировать количество информации.
Расположение	Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

информации на странице	Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней
Шрифты	Для заголовка использовать размер шрифта не менее–24. Для информации использовать размер шрифта не менее 18. Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. Прописные буквы читаются хуже строчные.
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов с: текстом; таблицами; диаграммами.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Принципы формирования рекреационных систем в курортно-рекреационных районах России.
2. Функциональная организация и планировочная структура рекреационных систем в курортных районах.
3. Типы курортно-рекреационных районов.
4. Понятия «курортная зона», «курортная агломерация».
5. Принципы формирования курортных зон.
6. Научные подходы в организации деятельности курортных зон.
7. Курортные зоны как градообразующие структуры.
8. Назначение курортных зон.

Тема занятия 4.2. Природные лечебные ресурсы России и мира

Формы практических заданий: дискуссия; проект.

Вопросы к обсуждению:

1. Биоклиматический потенциал федерального курорта Кисловодск.
2. Современные ресурсные и экологические проблемы курортного региона Кавказских Минеральных Вод.
3. Курортно-рекреационные ресурсы Урала.
4. Курортно-рекреационные ресурсы Алтая.
5. Курорты России как центры оздоровительного отдыха.
6. Современный рынок лечебного туризма.
7. Лечебно-оздоровительный туризм в Европе.
8. Лечебно-оздоровительный туризм в Америке.
9. Лечебно-оздоровительный туризм в Азии.
10. Лечебно-оздоровительный туризм в Австралии и Океании.
11. Лечебно-оздоровительный туризм в Африке.

Проект

Задание: Проанализируйте позицию предложенных санаторно-курортных предприятий России (на выбор) по Плану:

Приморский край
Сочи (Краснодарский край)
Анапа (Краснодарский край)
Ялта (Крым)
Геленджик (Краснодарский край)
Евпатория (Крым)
Феодосия (Крым)
Светлогорск (Калининградская область)
Ессентуки (Ставропольский край)
Ейск (Краснодарский край)
Озеро Байкал (Иркутская область, Бурятия)
Селигер (Тверская, Новгородская области)
Санаторий Белокуриха (Алтайский край)

ПЛАН ХАРАКТЕРИСТИКИ КУРОРТА РОССИИ

1. Географическое положение (области, края, республики).
2. Природные рекреационные ресурсы:
2.1. Ландшафт.
2.2. Климат.
2.3. Месторождение минеральных вод и лечебных грязей.
2.4. Рекреация и туризм
3. Местоположение курорта.
4. История создания, кадровый медицинский состав, статус курорта.
5. Размещение инфраструктура.
6. Лечебно-диагностическая база.
7. Лечебный профиль.
8. Специальные лечебные программы.

Требования к выполнению практического задания:

Требования к оформлению проекта

1. Текст работы: шрифт TimesNewRoman (русифицированный) размером 12 кегль, цвет черный; поля верхнее, нижнее, левое, правое – по 2 см; межстрочный интервал – полуторный; абзацные отступы (красные строки) – 1,5 см; выравнивание текста – по ширине; расстановка переносов – автоматическая; номера страниц проставляются на каждой странице, кроме титульного листа (т.е. содержание – это страница № 2); параметры страницы: размер бумаги–формат А4; ориентация–книжная;

2. Заголовки структурных частей работы: «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЕ РАЗДЕЛА», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЕ», печатаются прописными (заглавными) буквами.

3. Заголовки разделов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной) с абзаца. Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой. Заголовки и подзаголовки приводят в форме именительного падежа единственного и (реже) множественного числа.

4. Заголовки рубрик должны начинаться как с прописной буквы, подзаголовки – только со строчной (если это, конечно, не имена собственные).

5. Заголовок главы, параграфа не должен быть последней строкой на странице. Расстояние между заголовком (за исключением заголовка пункта) и текстом должно быть равно 3 интервалам. Каждую структурную часть работы рекомендуется начинать с нового листа.

6. Презентация является основным компонентом защиты ИП.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Оформление презентации

Оформление слайдов	
Стиль	Соблюдение единого стиля оформления.
Фон	Для фона необходимо выбирать более холодные тона (синий, зеленый).
Использование цвета	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
Анимационные эффекты	Анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде
Представление информации	
Содержание информации	Заголовки должны привлекать внимание аудитории. Необходимо использовать короткие слова и предложения, минимизировать количество информации.
Расположение информации на странице	Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней
Шрифты	Для заголовка использовать размер шрифта не менее–24. Для информации использовать размер шрифта не менее 18. Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. Прописные буквы читаются хуже строчные.
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов с: текстом; таблицами; диаграммами.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Курортография.
2. Курортно-рекреационные ресурсы.
3. Курортно-туристический комплекс.
4. Параметры характеристики курортных центров.
5. Характеристика российских курортов: курорты Северо-Западных, Центральных областей России, Поволжья, Урала, Кавказа, Сибири и Дальнего Востока.
6. Общий обзор регионов мира, исторически специализирующихся на развитии лечебно-оздоровительного отдыха.
7. Различия в курортологических школах отдельных стран.

Тема занятия 5.1. Специфика и классификация услуг санаторно-курортного учреждения

Формы практических заданий: дискуссия; практическое задание.

Вопросы к обсуждению:

1. Медицинские услуги как целевая часть санаторного продукта.
2. Виды и состав санаторно-курортного продукта.
3. Жизненный цикл санаторно-курортного продукта.
4. Позиционирование санаторно-курортного продукта. Этапы процесса позиционирования.
5. Какие формы досуговой деятельности используют на курортах, каковы особенности их организации в условиях санаторно-курортного учреждения?
6. Какую роль в лечебном туризме играет индустрия развлечений, какие новые подходы используются при организации анимации?
7. Что собой представляет анимационный сервис, каковы особенности формирования анимационных программ для различных социальных групп?
8. Какие компоненты включают в себя организация и проведение анимационных программ?

Практическое задание:

1. Проведите анализ мероприятий по организации досуга и анимационной деятельности в санаторно-курортных учреждениях на основе интернет-ресурсов, сайтов лучших санаторно-курортных предприятий России (на выбор).
2. Перечислите наиболее популярные виды досуга, какие инновации используются при организации досуга взрослых и детей.

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания.

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания.

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе.

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий.

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы.

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на них.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Санаторно-курортные услуги: природа, специфика и подходы к классификации.
2. Медицинские услуги как целевая часть санаторного продукта.
3. СПА и ВЕЛЛНЕС-курорты как объекты оздоровительного направления курортной деятельности.
4. Основные тенденции современного развития современного рынка СПА-услуг.
5. Философия ВЕЛЛНЕС услуг.
6. Особенности организации экскурсионно-досуговой деятельности в санаториях.
7. Организация досуга гостей в санаториях.
8. Организация анимационно-досуговой деятельности в санаторно-курортных комплексах.

Тема занятия 5.2. Организация питания и досуга в санаторно-курортных учреждениях

Формы практических заданий: дискуссия; практическое задание.

Вопросы к обсуждению:

1. Организация службы питания в санаториях.
2. Алиментарно-зависимые заболевания и их профилактика.
3. Лечебно-профилактическое питание.
4. Рацион питания и рациональное питание.
5. Суточные нормы питания в санаториях.
6. Пищевой статус как показатель здоровья населения России.
7. Гигиена питания.
8. Персонализированная диетология.
9. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации.
10. Коэффициент физической активности (КФА).
11. Классификация взрослого населения в зависимости от физической активности.
12. Лечебное и лечебно-профилактическое питание.

Практическое задание:

Составьте непрерывную программу однодневного отдыха (цикл рекреационной деятельности) в городе (на выбор) и его окрестностях в летний день с комфортной солнечной погодой по нижеперечисленным направлениям и категориям граждан (не менее 6 часов).

Программу оформите в форме таблицы.

1. Отдых рекреационно-оздоровительной направленности.
2. Отдых рекреационно-познавательной направленности.
3. Отдых рекреационно-лечебной направленности.

а) молодые люди от 18 до 25 лет (1 парень и 2 девушки);

б) семейная пара без детей от 20 до 35 лет;

в) семейная пара с ребёнком до 10 лет;

г) семейная пара с детьми 10-15 лет;

д) пожилая семейная пара возрастом более 60 лет.

Таблица

Программа отдыха (указать направленность и категорию граждан)

Время проведения	Место проведения	Вид рекреационного занятия	Предполагаемый рекреационный эффект

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания.
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания.
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе.
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий.
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы.

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на них.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Эволюция подходов к организации санаторно-курортного питания.
2. Основы организации лечебного питания на курортах.
3. Диетотерапия.
4. Диетология.
5. Исторически сложившиеся подходы к организации санаторно-курортного питания.

6. Лечебно-профилактическое питание на курортах.
7. Особенности лечебного питания.
8. Лечебные столы.
9. Лечебное, профилактическое и специализированное питание.

Тема занятия 6.1. Маркетинговый комплекс в санаторно-курортных организациях
Формы практических заданий: дискуссия; кейс.

Вопросы к обсуждению:

1. Санаторно-курортный маркетинг.
2. Маркетинг курорта.
3. Управление маркетинговой деятельностью в санатории.
4. Интернет в маркетинговой деятельности санаторно-курортных организаций.
5. Характеристика санаторно-курортных сайтов и социальных сетей.
6. Санаторно-курортный продукт: понятие, виды, состав.
7. Стратегии ценообразования и программ продвижения санаторно-курортных услуг.

Кейсы:

1. «Отдыха не будет, или, как санаторию вернуть клиентов?»

Санаторий «Старица» расположен на живописном берегу реки Старица, в Рязанской области, в 200 км от Москвы. В 1990-х годах санаторий был ведомственным, сюда приезжала отдохнуть и подлечиться «нефтегазовая элита» – сотрудники всех уровней местного нефтеперерабатывающего завода.

К началу 2000-х годов санаторий был приватизирован и продан частным лицам. И стал постепенно терять клиентскую базу. Кроме того, накануне кризиса 2008 года, отрезав часть территории, владельцы санатория затеяли на ней строительство жилья, превратившегося в долгострой.

В итоге, так как владельцы были не в состоянии расплатиться за взятый под строительство кредит, санаторий отошел в собственность банку. Новые владельцы решили восстановить былой успех «Старицы». Так появилось три варианта решения:

1. Привлечение в санаторий отдыхающих по путевкам ОФМС.
2. Перепрофилирование санатория в обычный дом отдыха (убрать медицинскую часть).
3. Поиск уникального, отличного от других, медицинского или клиентского профиля.

Вопрос: Какой из путей наиболее успешный? А может быть есть другое решение?

2. «Курорт Кавказские Минеральные Воды (КМВ)»

Кавказские Минеральные Воды - бальнеотерапевтический грязевой климатический особо охраняемый эколого-курортный регион Российской Федерации. Кавминводы – это единый артезианский бассейн разнообразных по типам и богатейших по ресурсам подземных минеральных вод. Курортный регион Кавказские Минеральные Воды включает в себя крупные и самые известные в стране лечебные курорты: Кисловодск, Пятигорск, Ессентуки и Железноводск. Кавказские Минеральные воды - один из старейших регионов России.

Первые официальные сведения о здешних минеральных источниках содержатся в отчетах доктора Шобера (1717 г.), который был направлен высочайшим Указом Петра I в район Се-

верного Кавказа "искать ключевые воды". По мере открытия источников и их лечебного применения складывались показания для лечения в санаториях Кавказских Минеральных Вод. Теперь отдых на Кавказских Минеральных Водах - одно из самых популярных направлений в России. Ежегодно санатории и гостиницы Кавказских Минеральных Вод принимают на отдых и лечение гостей со всех уголков России.

Кавказские Минеральные воды - самый многопрофильный и уникальный курорт мира. Санатории Кавминвода располагаются в экологически чистых районах. Уникальность отдыха и лечения в Кавминводах обусловлена исключительным разнообразием типов и разновидностей минеральных вод, месторождения которых компактно сосредоточены на относительно небольшом участке территории. По разнообразию минеральных вод Кавминводы не сравнятся ни с одним курортом не только в России, но и во всем мире.

На курорте Пятигорск около 50 источников - практически все типы минеральных вод. Удачное сочетание углекислых, сероводородных, радоновых источников, благоприятного климата и чудесного природного ландшафта предопределило судьбу ныне самого многопрофильного курорта России. Для лечения сюда направляются больные с заболеваниями периферической нервной системы, костно-мышечной системы, органов пищеварения, кожи, периферических сосудов, гинекологическими и андрологическими заболеваниями, профессиональными болезнями (вибрационная болезнь, профессиональные полиневриты). Многочисленные санатории КМВ: "Горячий ключ", "Дон", "Зори Ставрополья", санаторий имени С.М. Кирова, имени М.Ю. Лермонтова, Пятигорский военный санаторий, санаторий "Пятигорье", "Искра", "Ласточка", "Ленинские скалы" "Лесная поляна", "Машук", "Родник", "Руно", "Тарханы", гостиница "Интурист" и многие другие объекты отдыха.

Минеральные воды курорта Ессентуки часто сравнивают с водами лучших европейских курортов, хотя результаты лечения больных с заболеваниями органов пищеварения уже давно позволяют признать Ессентуки одним из лучших мировых курортов аналогичного профиля.

Прекрасно оборудованные здравницы Ессентуков "Виктория", "Металлург", "Надежда", "Нива", "Россия", "Целебный ключ", санаторий им. И.М. Сеченова, имени Калинина, санаторий имени И.П. Павлова, "Юность", "Аврора", "Березы", "Воронеж", "Геолог", "Долина нарзанов", "Дон", "Ессентукский центральный военный", "Жемчужина Кавказа", "Исток", "Казахстан", "Москва", "Украина", "Центросоюз", "Шахтер", им. Анджиевского и многие другие ждут отдыхающих круглый год.

Пансионаты и санатории Кавказских Минеральных Вод, расположенные в Железноводске, имеют два профиля: болезни органов пищеварения и болезни почек и мочевыводящих путей. Санаторий "Бештау", детский санаторий "Салют", "Горный воздух", "Дубовая роща", "Дубрава", "Здоровье", "Машук Аква-Терм", "Русь", санаторий им. М. Кирова, санаторий "Эльбрус", санаторий им. Тельмана, имени Крупской, имени 30летия Победы и многие другие прекрасно подготовлены к встрече отдыхающих.

Курорт Кисловодск, располагающий углекислыми минеральными водами, климатом, типичными для среднегорья - уникальное место для лечения больных с заболеваниями сердечно-сосудистой системы. Санатории Кисловодска: "Виктория", "Долина нарзанов", "Заря", "Кавказ", "Колос", "Красные камни", "Крепость", "Кругозор", "Луч", "Москва", "Нарзан", "Пикет", "Родник", "Узбекистан", "Факел", "Целебный Нарзан", "Центросоюза", "Электроника", "Эльбрус", Центральный военный санаторий, санаторий имени Горького, имени Семашко, имени Димитрова, имени Орджоникидзе, имени Кирова, вилла "Арнест", гостиницы "Гранд-отель", "Корона" и многие другие с высокопрофессиональным медицинским обслуживанием, современнейшим медицинским оборудованием, с прекрасной диагностической базой.

Климат на курортах Кавказских Минеральных Вод отличается разнообразием и формируется под воздействием ряда факторов. Предгорный характер местности и близость снежных вершин Главного Кавказского хребта с одной стороны, а с другой соседство засушливых степей и полупустынь Прикаспийского побережья определяют континентальные черты климата курортов Кавказских Минеральных Вод.

Воздух курортов отличается повышенной прозрачностью, условиями умеренной естественной гипоксии, высокой естественной ионизации при низком коэффициенте униполярности ионов, что при благоприятном режиме солнечного излучения позволяет проводить здесь все виды климатолечения.

Наиболее благоприятной для отдыха и лечения на Кавказских Минеральных Водах, по данным медицинской климатологии, является южная зона Кавказских Минеральных Вод.

Климат Кисловодска и его окрестностей отличается большим числом ясных дней, малыми скоростями ветра, пониженным атмосферным давлением, парциальным давлением кислорода и водяных паров воздуха, повышенной интенсивностью солнечной радиации. Около 30 дней в году не бывает солнца.

Курорты Кавказских Минеральных Вод - Ессентуки, Пятигорск, Железноводск - климатическая зона с большим количеством тепла и умеренными осадками. Пасмурные дни с туманами и изморозью бывают преимущественно в осенне-зимний период, что создает контраст с Кисловодском, где в это время в основном солнечно.

Уникальная природная среда делает отдых на Кавказских Минеральных Водах исключительно полезным для здоровья. Окружающие горные альпийские луга и курортные парки Кисловодска, Пятигорска и Железноводска оказывают сильное влияние на окружающую среду: очищают воздух от загрязнений и обогащают целебными летучими фитоорганическими веществами.

Основу курортных ресурсов для отдыха и лечения на Кавказских Минеральных Водах составляют минеральные воды различного состава. По богатству и разнообразию группа минеральных источников Кавказских Минеральных Вод несравнима ни с чем: здесь и источник Нарзан в Кисловодске с его бурлящим от углекислоты "холодным кипятком", и горячие воды Пятигорска и Железноводска, радоновые (Пятигорск), гидрокарбонатно-хлоридно-натриевые (Ессентуки) и другие воды. На относительно небольшой территории Кавказских Минеральных Вод насчитывается около 130 минеральных источников, часть из которых эксплуатируются с лечебными целями. Следует выделить четыре крупных месторождения углекислых вод - Кисловодское, Ессентукское, Пятигорское и Железноводское.

Кисловодское месторождение представлено углекислыми маломинерализованными водами, известными как Кисловодские Нарзаны, или просто Нарзаны. Они используются в виде ванн и для питьевого лечения.

Ессентукское месторождение содержит углекислые хлоридногидрокарбонатные натриевые воды типа "Ессентуки-4" и "Ессентуки-17"; сероводородно-углекислые хлоридно-гидрокарбонатные натриевые воды средней минерализации и другие. Используются на курорте Ессентуки для питьевого лечения и для наружных процедур.

Пятигорское месторождение характеризуется особо большим разнообразием минеральных вод, которые используются для питья и наружного применения.

Железноводское месторождение характеризуется преимущественным развитием углекислых маломинерализованных сульфатно-гидрокарбонатных кальциево-натриевых минеральных вод. Воды используются для питьевого лечения и для наружных бальнеопроцедур.

Месторождение лечебных грязей "Озеро Тамбукан" расположено в 15 км от г. Пятигорска. Тамбукан обеспечивает лечебной грязью все санатории Кавказских Минеральных Вод. Вода в озере горько-соленая, рапа сульфатно-хлоридно-натриевого состава с высокой минерализацией. Грязь и рапа озера обладают выраженным бактерицидным действием, поэтому в озере живут только рапные рачки. Черная пластичная сульфидная грязь содержит большое количество органических веществ, сероводород, метан, другие вещества. Загадочный и жутковатый Тамбукан поражает своей необычностью с первого взгляда. Даже в безветренную погоду его поверхность кажется черной – так хорошо виден сквозь толщу воды лежащий на дне слой целебной грязи. Тамбукан впервые научно описан И. Гюльдснштедтом в 1773 году под названием "Тамби", что в переводе с тюркского означает "плохой, дурной запах" (когда подъезжаете к озеру, привлекает внимание сильный запах сероводорода). Кабардинцы с древних времен знали о целебных свойствах минеральных вод многочисленных источников и грязей Тамбукана. Об этом свидетельствуют оставшиеся следы ванн, высеченных в камнях близ источников, остатки примитивных деревянных и каменных приспособлений для купания времен раннего бронзового века.

Помимо минеральных вод и лечебных грязей, курорты Кавказских минеральных вод отличаются большим разнообразием ландшафтно-климатических особенностей, обусловленных горным рельефом и сложным сочетанием геоморфологических зон. Особенно в этом отношении выделяется курорт Кисловодск, где климатолечение применяется в равной степени с бальнеолечением.

Многообразие минеральных вод, наличие высококачественных лечебных грязей, использование в лечебных целях особенностей климата обусловили широту диапазона медицинских показаний для курортного региона Кавминводы в целом и специализацию лечебного профиля каждого из его курортов.

Для Кисловодска - заболевания органов кровообращения, органов пищеварения, органов дыхания (хронические заболевания органов дыхания нетуберкулезного характера, бронхиальная астма без частых и тяжелых приступов).

Для Ессентуков - заболевания органов пищеварения, нарушения обмена веществ, сахарного диабета.

Для Пятигорска - заболевания костно-мышечной системы, болезни кожи, гинекологические болезни, профессиональные болезни (вибрационная болезнь, профессиональные полиневриты), педиатрия (лечение детей с последствиями родовых травм, неврологические заболевания, а также заболевания органов пищеварения детей).

Для Железноводска - заболевания органов пищеварения, почек и мочевыводящих путей (нетуберкулезного характера), нарушения обмена веществ.

Вопросы и задания:

1. Дайте характеристику лечебным факторам курорта Кавказские Минеральные Воды (КМВ). Разработайте предложения по совершенствованию курортного продукта региона.

2. В чем должны заключаются стратегические направления развития курорта?

3. Какие инструменты маркетинга следует использовать региональной туристской администрации и прочим субъектам экономических отношений в регионе, заинтересованным в развитии курорта и повышении его привлекательности на внутреннем рынке туристско-рекреационных услуг?

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

титульный лист, содержание доклада;

- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Особенности санаторно-курортного маркетинга.
2. Сущность управленческой концепции организации маркетинга санаторно-курортных организаций.
3. Особенности реализации санаторно-курортного продукта.
4. Основы электронной коммерции.
5. Организация продаж санаторно-курортного продукта в сети.
6. Рекомендации по использованию Интернета для продвижения санаторно-курортного услуг в сети.

Тема занятия 6.2. Позиционирование и продвижение санаторно-курортного продукта на рынке услуг

Формы практических заданий: дискуссия; практические задания.

Вопросы к обсуждению:

1. Организация сбыта санаторно-курортных путевок.
2. Организация продвижения и продаж санаторно-курортного продукта.
3. Исследование рынка санаторно-курортных услуг.
4. Маркетинговый комплекс в сфере санаторно-курортных услуг.
5. Ценовая политика санаторно-курортных организаций.
6. Программы лояльности в стимулировании сбыта.

Практические задания:

Задание 1. Разработайте новые каналы сбыта для санатория, если известно, что 50 % путевок реализуется через внебюджетные фонды. Укажите сколько процентов будет приходиться на каждый канал.

Задание 2. Составьте программу стимулирования санаторно-курортного продукта, в т.ч. через нетрадиционные формы продажи путевок

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания.
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания.
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе.
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий.
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы.

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на них.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Позиционирование санаторно-курортного продукта.
2. Дифференциация санаторно-курортного продукта.
3. Особенности продвижения санаторно-курортных услуг.
4. Организация рекламной кампании на предприятиях санаторно-курортных комплексов и оценка ее эффективности.
5. Средства распространения санаторной рекламы.
6. Программы лояльности санаторно-курортных организаций.
7. Организация продаж санаторно-курортного продукта в сети.
8. Сайт санатория как основной инструмент продвижения санатория.
9. Интернет-маркетинг в санаторно-курортном комплексе.

Тема занятия 7.1. Инновации в санаторно-курортном деле как антикризисные меры

Формы практических заданий: дискуссия; эссе.

Вопросы к обсуждению:

1. Методологические основы реализации инноваций в системе управления санаторно-курортной сферой.
2. Современное состояние санаторно-курортных организаций в России.
3. Современное состояние санаторно-курортных организаций в мире.
4. Обзор санаторно-курортной деятельности по статистическим данным.
5. Антикризисные меры государственной поддержки санаторно-курортных предприятий.
6. Рыночные условия деятельности санаторно-оздоровительных организаций: проблемы спроса и перспективы.

Эссе

Тема: Санаторно-курортное дело в России: состояние, проблемы и перспективы.

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обя-

зательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – посередине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Проблемы деятельности санаторно-оздоровительных организаций в современный период (социальный и экономический кризисы).
2. Роль и значение инноваций в антикризисном управлении.
3. Программно-целевой подход в управлении санаторно-курортной деятельностью.
4. Основные аспекты инновационного развития санаторно-курортной отрасли России.

Тема занятия 7.2. Проблемы деятельности санаторно-оздоровительных организаций в современный период

Формы практических заданий: дискуссия; проект.

Вопросы к обсуждению:

1. Роль цифровых технологий как инструмента развития санаторно-курортного комплекса.
2. Управления изменениями на предприятиях санаторно-курортного комплекса в современных условиях.
3. Преимущества и недостатки санаторно-курортной деятельности в период кризисов (COVID).
4. Маркетинговая деятельность в санаторно-оздоровительной организации, ее особенности.
5. Возможности и ограничения в санаторно-оздоровительной деятельности в решении проблем сезонности.

Проект

Задание: 1. Дайте оценку инновационным ресурсам санаторно-курортным предприятиям Кавказских Минеральных Вод и Сочи.

2. Разработайте мероприятия, направленные на повышение инновационного потенциала санаторно-курортной организации.

Требования к выполнению практического задания:

Требования к оформлению проекта

1. Текст работы: шрифт TimesNewRoman (русифицированный) размером 12 кегль, цвет черный; поля верхнее, нижнее, левое, правое – по 2 см; межстрочный интервал – полуторный; абзацные отступы (красные строки) – 1,5 см; выравнивание текста – по ширине; расстановка переносов – автоматическая; номера страниц проставляются на каждой странице, кроме титульного листа (т.е. содержание – это страница № 2); параметры страницы: размер бумаги– формат А4; ориентация–книжная;

2. Заголовки структурных частей работы: «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЕ РАЗДЕЛА», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЕ», печатаются прописными (заглавными) буквами.

3. Заголовки разделов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной) с абзаца. Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой. Заголовки и подзаголовки приводят в форме именительного падежа единственного и (реже) множественного числа.

4. Заголовки рубрик должны начинаться как с прописной буквы, подзаголовки – только со строчной (если это, конечно, не имена собственные).

5. Заголовок главы, параграфа не должен быть последней строкой на странице. Расстояние между заголовком (за исключением заголовка пункта) и текстом должно быть равно 3 интервалам. Каждую структурную часть работы рекомендуется начинать с нового листа.

6. Презентация является основным компонентом защиты ИП.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Оформление презентации

Оформление слайдов	
Стиль	Соблюдение единого стиля оформления.
Фон	Для фона необходимо выбирать более холодные тона (синий, зеленый).
Использование цвета	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
Анимационные эффекты	Анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде
Представление информации	
Содержание информации	Заголовки должны привлекать внимание аудитории. Необходимо использовать короткие слова и предложения, минимизировать ко-

	личество информации.
Расположение информации на странице	Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней
Шрифты	Для заголовка использовать размер шрифта не менее–24. Для информации использовать размер шрифта не менее 18. Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. Прописные буквы читаются хуже строчные.
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов с: текстом; таблицами; диаграммами.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Проектная деятельность санаторно-оздоровительных организаций в системе управления персоналом.
2. Механизм отбора инноваций для санаторно-курортных комплексов.
3. Способы привлечения финансовых средств (государственных, частных).

Тема занятия 8.1. Нормативно-правовое регулирование санаторно-курортной деятельности.

Формы практических заданий: дискуссия; проект.

Вопросы к обсуждению:

1. Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации.
2. Основные формы курортной деятельности в России. Организация их работы.
3. Правовое регулирование отношений в санаторно-курортной сфере.
4. Проблемы правового регулирования в сфере реализации санаторно-курортного продукта.
5. Особенности правового регулирования взаимоотношений в курортной сфере России и мировой практике.
6. Нормативно-законодательные акты в сфере регулирования взаимоотношений в санаторно-курортной сфере в РФ.

Проект

Задание: Проанализируйте состояние санаторно-курортного комплекса Российской Федерации и определите перспективы его развития.

Требования к выполнению практического задания:

Требования к оформлению проекта

1. Текст работы: шрифт TimesNewRoman (русифицированный) размером 12 кегль, цвет черный; поля верхнее, нижнее, левое, правое – по 2 см; межстрочный интервал – полуторный; абзацные отступы (красные строки) – 1,5 см; выравнивание текста – по ширине; расстановка переносов – автоматическая; номера страниц проставляются на каждой странице, кроме титульного листа (т.е. содержание – это страница № 2); параметры страницы: размер бумаги–формат А4; ориентация–книжная;

2. Заголовки структурных частей работы: «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЕ РАЗДЕЛА», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЕ», печатаются прописными (заглавными) буквами.

3. Заголовки разделов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной) с абзаца. Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой. Заголовки и подзаголовки приводят в форме именительного падежа единственного и (реже) множественного числа.

4. Заголовки рубрик должны начинаться как с прописной буквы, подзаголовки – только со строчной (если это, конечно, не имена собственные).

5. Заголовок главы, параграфа не должен быть последней строкой на странице. Расстояние между заголовком (за исключением заголовка пункта) и текстом должно быть равно 3 интервалам. Каждую структурную часть работы рекомендуется начинать с нового листа.

6. Презентация является основным компонентом защиты ИП.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Оформление презентации

Оформление слайдов	
Стиль	Соблюдение единого стиля оформления.
Фон	Для фона необходимо выбирать более холодные тона (синий, зеленый).
Использование цвета	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
Анимационные эффекты	Анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде
Представление информации	
Содержание информации	Заголовки должны привлекать внимание аудитории. Необходимо использовать короткие слова и предложения, минимизировать ко-

	личество информации.
Расположение информации на странице	Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней
Шрифты	Для заголовка использовать размер шрифта не менее–24. Для информации использовать размер шрифта не менее 18. Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. Прописные буквы читаются хуже строчные.
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов с: текстом; таблицами; диаграммами.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Законодательные основы регулирования санаторно-курортной деятельности.
2. Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность по предоставлению гостиничных и санаторно-курортных услуг.
3. Федеральное законодательство, направленное на развитие санаторно-курортной и туристско-рекреационной деятельности.
4. Лицензирование и сертификация санаторно-курортных услуг.
5. Нормативно-техническое обеспечение уровня качества сервисного обслуживания на курорте.

Тема занятия 8.2. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг

Формы практических заданий: дискуссия; кейс.

Вопросы к обсуждению:

1. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг.
2. Особенности лицензирования в санаторно-курортной сфере (туризм, медицина, общественное питание).
3. Стандартизация и сертификация в курортной сфере.

Кейс

1. Основываясь на положениях Международной гостиничной конвенции, Международных гостиничных правилах, Правилах предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, решите ситуационную задачу.

Группа туристов в составе 13 человек должна была проживать в санатории, согласно заключенному контракту, 15 дней. По истечении семи дней произошло изменение цен на гостиничные услуги.

Вопросы: Должен ли в этом случае санаторий придерживаться цен, предусмотренных контрактом? По истечении, какого срока с момента их изменения могут применяться новые цены? Дайте обоснованный ответ.

2. Основываясь на положениях Международной гостиничной конвенции, Международных гостиничных правилах, Правилах предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, решите ситуационную задачу.

Турагент, заключивший контракт с санаторием и направивший в санаторий группу туристов, принял на себя обязательства по оплате счета за предоставленные услуги. Счет был оплачен в течение 36 дней с первого дня его получения.

Вопросы: 1. Своевременно ли оплатил счет турагент?

2. Какие суммы должен выплатить турагент в случае пропуска установленных сроков оплаты счета?

3. Пользуясь Системой классификации гостиниц и других средств размещения, определите категорию санатория как объекта размещения.

Номерной фонд составляют 48 номеров. Здание имеет светящиеся вывеску и эмблему, вход для гостей с козырьком для защиты от осадков и воздушно-тепловой завесой. Номера на 100% оснащены внутренней городской, междугородной и международной связью. Услуги питания гостям предоставляются круглосуточно в нескольких залах, работает ночной клуб. На территории работают магазины, киоски, почта, телеграф. К услугам желающих – закрытый плавательный бассейн (площадь водной поверхности – 40 м^2), тренажерный зал. В случае необходимости гости могут воспользоваться услугами врача. Здание санатория располагается на второй линии от моря. Внешний вид здания, качество общественных помещений и их оборудование хорошие. В 100% номеров качество и оборудование номеров и ванных комнат хорошие. Во всех ванных комнатах подогревается пол, есть биде, фен и банные простыни. Во всех номерах – спутниковое телевидение. Имеется охраняемая автостоянка.

Требования к выполнению практического задания:

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

титульный лист, содержание доклада;

- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Взаимодействие с аудиторией

Вопросы:

1. Концепции государственной политики развития курортного дела в Российской Федерации.
2. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг.
3. Порядок лицензирования медицинской деятельности санаторно-курортной организации.

П. 2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) ОСНОВЫ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ДЕЛА

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Основы санаторно-курортного дела

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Введение. История санаторно-курортного лечения Тема 1.1. История развития курортного дела Тема 1.2. Основные этапы развития курортного дела в России	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка рефератов
	Подготовка проекта
	Выполнение кейс - задания
Раздел 2. Рекреационные основы курортного дела Тема 2.1. Санаторно-курортное лечение и	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка рефератов
	Подготовка проекта

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
реабилитация в санаторно-курортных учреждениях	Выполнение теста
Раздел 3. Курортные ресурсы Тема 3.1. Минеральные воды. Лечебные грязи Тема 3.2. Биоклиматические и уникальные природные курортные ресурсы	Самостоятельное изучение материала раздела/темы Подготовка рефератов Выполнение практического задания Выполнение практического задания
Раздел 4. Курортно-рекреационные ресурсы России Тема 4.1. Курортные зоны и агломерации России Тема 4.2. Природные лечебные ресурсы России	Самостоятельное изучение материала раздела/темы Подготовка рефератов Подготовка проекта Подготовка проекта
Модуль 2	
Раздел 5. Санаторно-курортный продукт Тема 5.1. Специфика и классификация услуг санаторно-курортного учреждения Тема 5.2. Организация питания и досуга в санаторно-курортных учреждениях	Самостоятельное изучение материала раздела/темы Подготовка рефератов Выполнение практического задания Выполнение практического задания
Раздел 6. Рынок санаторно-оздоровительных услуг Тема 6.1. Маркетинговый комплекс в санаторно-курортных организациях Тема 6.2. Позиционирование и продвижение санаторно-курортного продукта на рынке услуг	Самостоятельное изучение материала раздела/темы Подготовка рефератов Выполнение кейс - задания Выполнение практического задания
Раздел 7. Актуальные аспекты в санаторно-курортном деле. Современное состояние СКД в России. Инновации, проекты, будущее Тема 7.1. Инновации в санаторно-курортном деле как антикризисные меры Тема 7.2. Проблемы деятельности санаторно-оздоровительных организаций в современный период	Самостоятельное изучение материала раздела/темы Подготовка рефератов Подготовка эссе Подготовка проекта
Раздел 8. Нормативно-правовые основы функционирования санаторно-курортных организаций Тема 8.1. Нормативно-правовое регулирование санаторно-курортной деятельности Тема 8.2. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг	Самостоятельное изучение материала раздела/темы Подготовка рефератов Подготовка проекта Выполнение кейс - задания

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Исторические этапы развития курортного дела: доантичный период – эмпирическое использование природных лечебных ресурсов.
2. Зарождение основ санаторно-курортного дела в античный период.
3. Развитие курортного дела в Средневековой Европе и Средней Азии.
4. Основные этапы развития курортного дела в России.
5. Становление российской курортологической школы с петровских времен до наших дней.
6. Огосударствление курортов. Деятельность Наркомздрав РСФСР в сфере курортного дела.
7. Декрет СНК РСФСР «О лечебных местностях общегосударственного значения» 1919 года.
8. Восстановление курортов Крыма в 1921 г. Особенности Крымских курортов в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями.
9. Создание Главного курортного управления Наркомздрава во главе с наркомом Н.А. Семашко и специалистом по курортному делу Н.И. Тезяковым.
10. Программа развития санаторно-курортного дела в России. Деятельность Н.А. Семашко, З.П. Соловьева, Н.И. Тезякова.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 1:

1. Периодизация истории санаторно-курортного дела.
2. Зарождение и развитие курортного дела в мире.
3. Развитие науки о курортах в России.
4. Основные этапы развития санаторно-курортного дела в России.
5. История становления санаторно-курортного дела в России до 1917 года.
6. Формирование принципов защиты природно-климатических факторов и их использование в оздоровительных целях в античном мире.
7. Особенности развития курортного дела в Европе и Азии.
8. Формирование первых «народных» курортов и их упадок в период Средневековья. Новый этап развития курортов в Европе.
9. Роль Петра I в развитии курортного дела в России.
10. История зарождения основ использования естественных природных ресурсов и народного врачевания.

Форма рубежного контроля: эссе.

Тема эссе: «Тема эссе: «История одного курорта в лицах».

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Сущность лечения, профилактики и реабилитации в санаторно-курортных учреждениях.
2. Рекреационная сущность курортного дела.
3. Характеристика основных функций курортного дела: профилактическая, реабилитационная, рекреационно-оздоровительная, анимационно-досуговая.
4. Организационно-методические основы компенсаторно-расширенного и расширенного форм восстановления физического состояния человека в учреждениях санаторно-курортного типа.

5. Виды санаторно-курортных режимов. Значимость санаторно-курортного режима для человека.
6. Этапы пребывания в санатории. Распорядок дня. Сон.
7. Принципы диетического питания.
8. Классификация туристско-рекреационных ресурсов.
9. Природные ресурсы в деятельности санаториев.
10. Экономические ресурсы в санаторно-курортной деятельности.
11. Трудовые ресурсы в деятельности санаториев.
12. Влияние корпоративной культуры на деятельность санаторно-курортных предприятий.

Перечень тем рефератов / практических заданий к Разделу 2:

1. История российских курортов в начале XX в. и в период до 1914 г.
2. Развитие курортов в годы Великой Отечественной войны и в период послевоенного восстановления и развития народного хозяйства.
3. Советский этап развития курортного дела.
4. Современный этап развития курортного дела, характеристика, особенности.
5. Курортно-рекреационные ресурсы, свойства, происхождение, назначение.
6. История развития санаторно-курортного дела в России в советский период.
7. Санаторно-курортное дело в России на современном этапе развития.
8. История становления, современное состояние и перспективы развития санаторно-курортного дела в Южном Федеральном округе.
9. История развития курортного дела на Черноморском побережье Кавказа.

Практическое задание:

1. Разработайте тренирующий режим двигательной активности в санатории на 500 человек, определить количество людей в группе.

Составить карту маршрута терренкура на территории университетского комплекса РГСУ.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Характеристика минеральной воды.
2. Потребительские свойства минеральных вод.
3. Как правильно пить минеральную воду.
4. Применение минеральных вод в лечении заболеваний.
5. Характеристика лечебной грязи.
6. Виды лечебной грязи.
7. Воздействие лечебных грязей на организм человека.
8. Влияние климата и погоды на здоровье человека.
9. Лечебно-оздоровительное влияние факторов ландшафтной сферы на организм человека.
11. Биоклиматические курортные ресурсы.
12. Биоклиматическая оценка комфортности.
13. Классификация типов климата.
14. Климатические зоны курортов горных районов России.
15. Низкогорные курорты России.
16. Среднегорные курорты России.
17. Уникальные природные курортные ресурсы России.
18. Уникальные природные курортные ресурсы мира.

19. Курорты России с особыми лечебными факторами.
20. Курорты мира с особыми лечебными факторами.

Перечень тем рефератов / тест к Разделу 3:

1. Курортно-рекреационные ресурсы Российской Федерации.
2. Курорты Российской Федерации в общей системе здравоохранения и туризма.
3. Система рекреационных организаций в современных условиях.
4. Организация оздоровления детей на современном курорте.
5. Социально-экономическая эффективность санитарно-курортного оздоровления.
6. Климатолечебные курорты России.
7. Бальнеологические ресурсы России.
8. Грязевые ресурсы России.
9. Горноклиматические курорты России.

Тест

1. Выбор индивидуального режима для больного зависит от всех перечисленных факторов, кроме:

а) характера заболевания и особенностей течения болезни;

б) степени функциональной недостаточности пораженных органов и систем;

в) общего состояния больного;

г) профиля санатория;

д) возраста больного.

2. Коллоидный комплекс грязи оказывает активное биологическое действие, поскольку содержит:

а) биостимуляторы;

б) гумусовые вещества;

в) кремниевую кислоту;

г) гидрат окиси алюминия, железа, марганца, гидросульфид железа;

д) радиоактивные вещества.

3. Основными задачами бальнеотехнических сооружений являются все перечисленные, кроме:

а) сохранения физико-химических свойств минеральных вод и грязей;

б) ограждения минеральных вод, лечебных грязей от порчи и загрязнения;

в) подготовки минеральных вод и грязей к применению;

г) транспортировки, хранения минеральных вод и грязей;

д) обеспечения методически правильного проведения процедуры.

4. К современным способам нагрева минеральных вод относятся все перечисленные, кроме:

а) электрическим током;

б) острым паром;

в) разведением горячей пресной воды;

г) в закрытых бойлерах;

д) в скоростных подогревателях.

5. Расчетная температура воздуха в ванном зале должна составлять:

а) 20-21°С;

б) 22°С;

в) 23-25°С;

г) 26°С;

д) 28°С.

6. Для хранения и регенерации грязей рекомендуются бассейны глубиной:

а) 1,00 – 1,43 м;

б) 1,50 – 1,80 м;

в) 2,00 – 2,20 м;

г) 2,50.

7. Подогрев грязи осуществляется всеми перечисленными способами, кроме:

а) острого пара;

б) водяной бани;

в) инфракрасных облучателей;

г) «самоваров»;

д) электричества.

8. Морские купания разрешаются при волнении моря:

а) 1 балл;

б) 2 балла;

в) 3 балла;

г) 4 балла.

9. Санаторный режим предусматривает все перечисленное, кроме:

а) правил поведения больного;

б) общего распорядка дня;

в) степени нагрузочности лечения;

г) времени, отведенного на лечение;

д) времени отдыха.

10. В рецепте назначения солнечных ванн необходимо указать все перечисленное, за исключением:

а) дозы облучения в кал;

б) радиационно-эквивалентной температуры;

в) влажности воздуха;

г) вида солнечной ванны.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4:

1. Принципы формирования рекреационных систем в курортно-рекреационных районах России.
2. Функциональная организация и планировочная структура рекреационных систем в курортных районах.
3. Типы курортно-рекреационных районов.
4. Понятия «курортная зона», «курортная агломерация».
5. Принципы формирования курортных зон.
6. Научные подходы в организации деятельности курортных зон.
7. Курортные зоны как градообразующие структуры.
8. Назначение курортных зон.
9. Курортно-рекреационные ресурсы.
10. Курортно-туристический комплекс.
11. Параметры характеристики курортных центров.
13. Характеристика российских курортов: курорты Северо-Западных, Центральных областей России, Поволжья, Урала, Кавказа, Сибири и Дальнего Востока.

14. Общий обзор регионов мира, исторически специализирующихся на развитии лечебно-оздоровительного отдыха.

15. Различия в курортологических школах отдельных стран.

Перечень тем рефератов / практическое задание к Разделу 4:

1. Курортная инфраструктура.
2. Рекреационные районы РФ, сравнительная оценка курортно-рекреационного потенциала, основные курорты.
3. Приморские курорты России, характеристика, особенности функционирования.
4. Континентальные курорты России, характеристика, особенности функционирования.
5. Климат основных природных зон России.
6. Приморские курорты России, характеристика, особенности функционирования.
7. Континентальные курорты России, характеристика, особенности функционирования.
8. Горнолыжные курорты России.
9. Курортные зоны.
10. Курортные агломерации.

Практическое задание

Задание. Выберите регион Российской Федерации, заполните таблицу и проанализируйте ее и сделайте выводы о закономерностях размещения лечебных курортов в данном регионе. Объясните, действие, каких факторов повлияло на географическое размещение курортов именно в данном регионе. Выводы запишите в тетрадь.

Лечебные курорты регионов Российской Федерации

Регион РФ	Курорт	Тип курорта	Географический объект	Лечебный фактор	Показания

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 5:

1. Санаторно-курортные услуги: природа, специфика и подходы к классификации.
2. Медицинские услуги как целевая часть санаторного продукта.
3. СПА и ВЕЛЛНЕС-курорты как объекты оздоровительного направления курортной деятельности.
4. Основные тенденции современного развития современного рынка СПА-услуг.
5. Философия ВЕЛЛНЕС услуг.
6. Особенности организации экскурсионно-досуговой деятельности в санаториях.
7. Организация досуга гостей в санаториях.
8. Организация анимационно-досуговой деятельности в санаторно-курортных комплексах.
9. Эволюция подходов к организации санаторно-курортного питания.
10. Основы организации лечебного питания на курортах.
11. Диетотерапия.
12. Диетология.
13. Исторически сложившиеся подходы к организации санаторно-курортного питания.

14. Лечебно-профилактическое питание на курортах.
15. Особенности лечебного питания.
16. Лечебные столы.
17. Лечебное, профилактическое и специализированное питание.

Перечень тем рефератов / кейс, практическое задание к Разделу 5:

1. Программа лояльности, дисконтная политика в санаторно-курортной отрасли.
2. Каналы сбыта санаторно-курортных услуг.
3. Информационные системы управления санаторно-курортным предприятием.
4. Компоненты лечебно-оздоровительного туризма.
5. Современный рынок лечебного туризма.
1. Санаторно-курортный маркетинг: свойства и характеристика.
2. Конкурентоспособность санаторно-курортных услуг.
3. Управление качеством на санаторно-курортном предприятии.
4. Региональная политика развития санаторно-курортного комплекса (по выбору, на примере одного из регионов РФ).

14. Компоненты лечебно-оздоровительного туризма.

Кейс:

В санатории «N» пациентам дежурной медсестрой по назначению врача отпускался лечебный чай шести видов. Администрацией санатория было принято решение перенести отпуск этого чая от дежурной медсестры в ресторан санатория перед приемом пищи. Перед входом в обеденный зал была установлена полка, куда помещались чашки с расфасованным чаем. Однако выяснилось, что пациенты стали брать чай даже без назначения врача, что привело к существенному его перерасходу и конфликтам с гостями, которым чай не достался.

Ваши варианты организации отпуска лечебного чая?

Практическое задание:

Разработайте комплекс досуговых и развлекательных мероприятий для санаторно-курортного учреждения (на выбор).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 6:

1. Особенности санаторно-курортного маркетинга.
2. Сущность управленческой концепции организации маркетинга санаторно-курортных организаций.
3. Особенности реализации санаторно-курортного продукта.
4. Основы электронной коммерции.
5. Организация продаж санаторно-курортного продукта в сети.
6. Рекомендации по использованию Интернета для продвижения санаторно-курортного услуг в сети.
7. Позиционирование санаторно-курортного продукта.
8. Дифференциация санаторно-курортного продукта.
9. Особенности продвижения санаторно-курортных услуг.
10. Организация рекламной кампании на предприятиях санаторно-курортных комплексов и оценка ее эффективности.
11. Средства распространения санаторной рекламы.
12. Программы лояльности санаторно-курортных организаций.
13. Организация продаж санаторно-курортного продукта в сети.
14. Сайт санатория как основной инструмент продвижения санатория.

15. Интернет-маркетинг в санаторно-курортном комплексе.

Перечень тем рефератов / кейсы к Разделу 6:

1. Лечебный и оздоровительный туризм, современное состояние и особенности.
2. Роль и значение лечебно-оздоровительных услуг в отдыхе и путешествиях.
3. Роль и значение НИИ курортологии в санаторно-оздоровительной деятельности.
4. Проблемы обеспечения санаторно-оздоровительным отдыхом для социальных категорий населения.
5. Сложные элементы в структуре бизнес-планов для санаторно-оздоровительных организаций.
6. Перспективы развития рынка санаторно-курортных услуг в России.

Кейсы:

1. Известно, что Фонд социального страхования приобретает санаторно-курортные путевки для своего контингента по очень низким ценам.

Объясните, в каких случаях Вы, как руководитель санатория, приняли бы участие в тендерах на право заключения контракта с ФСС.

2. Санаторно-курортная организация принимает решение о заключении договора сотрудничества с одной известной отечественной туроператорской фирмой. Необходимо выбрать один из вариантов контрактного соглашения: заранее продать определенное число путевок, предоставив максимально возможную скидку туроператору, либо дождаться перечисления денежных средств на расчетный счет санатория по факту формирования групп.

Обоснуйте целесообразность принятия решения с учетом риска:

1) для санаторно-курортной организации;

2) для туроператора;

3) для клиентов.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 7

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 7:

1. Проблемы деятельности санаторно-оздоровительных организаций в современный период (социальный и экономический кризисы).
2. Роль и значение инноваций в антикризисном управлении.
3. Программно-целевой подход в управлении санаторно-курортной деятельностью.
4. Основные аспекты инновационного развития санаторно-курортной отрасли России.
5. Проектная деятельность санаторно-оздоровительных организаций в системе управления персоналом.
6. Механизм отбора инноваций для санаторно-курортных комплексов.
7. Способы привлечения финансовых средств (государственных, частных).

Перечень тем рефератов / проект к Разделу 7:

1. Санаторно-курортное дело в России: состояние, проблемы и перспективы.
2. Обзор санаторно-курортной деятельности по статистическим данным.
3. Преимущества и недостатки санаторно-курортной деятельности в период кризисов (COVID).
4. Маркетинговая деятельность в санаторно-оздоровительной организации, ее особенности.
5. Возможности и ограничения в санаторно-оздоровительной деятельности в решении проблем сезонности.

6. Рыночные условия деятельности санаторно-оздоровительных организаций: проблемы спроса, перспективы.

Проект

Тема: Инновационные подходы санаторно-курортного обслуживания

Задания для самостоятельной работы к Разделу 8

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 8:

1. Законодательные основы регулирования санаторно-курортной деятельности.
2. Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность по предоставлению гостиничных и санаторно-курортных услуг.
3. Федеральное законодательство, направленное на развитие санаторно-курортной и туристско-рекреационной деятельности.
4. Лицензирование и сертификация санаторно-курортных услуг.
5. Нормативно-техническое обеспечение уровня качества сервисного обслуживания на курорте.
6. Концепции государственной политики развития курортного дела в Российской Федерации.
7. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг.
8. Порядок лицензирования медицинской деятельности санаторно-курортной организации.

Перечень тем рефератов / кейс, практические задания к Разделу 8:

1. Экологический и санитарно-гигиенический контроль на курорте, законодательные документы.
2. Требования к лечебно-оздоровительным местностям и курортам.
3. Основные законодательные документы, регламентирующие деятельность курортов.
4. Лицензирование и сертификация санаторно-курортных услуг. Нормативно-техническое.

обеспечение уровня качества сервисного обслуживания на курорте.

5. Управление курортным делом на различных уровнях.
6. Государственное регулирование курортного дела в Российской Федерации.
7. Добровольная и обязательная сертификация в санаторно-курортной отрасли.
8. Правовое регулирование отношений в санаторно-курортной сфере.
9. Проблемы законодательства в сфере реализации санаторно-курортного продукта.

Кейс

Общеизвестно, что в последние годы большую популярность на отечественном рынке санаторно-курортных услуг приобрели услуги SPA-отелей, в связи, с чем появились высказывания о будущей трансформации санаториев в данный формат.

Задание: Согласны ли Вы с этим высказыванием? Обоснуйте свой ответ.

Практические задания:

Пользуясь Системой классификации гостиниц и других средств размещения, определите категорию санатория как объекта размещения. *Обоснуйте ответ.*

1. Номерной фонд составляют 48 номеров. Здание имеет светящиеся вывеску и эмблему, вход для гостей с козырьком для защиты от осадков и воздушно-тепловой завесой. Номера на 100% оснащены внутренней городской, междугородной и международной связью. Услуги питания гостям предоставляются круглосуточно в нескольких залах, работает ночной клуб. На территории работают магазины, киоски, почта, телеграф. К услугам желающих – закрытый плавательный бассейн (площадь водной поверхности – 40 кв. м), тренажерный зал. В случае необходимости гости могут воспользоваться услугами врача. Здание санатория располагается на второй линии от моря. Внешний вид здания, качество общественных помещений и их оборудование хорошие. В 100% номеров качество и оборудование номеров и ванных комнат хорошее. Во всех ванных комнатах подогревается пол, есть биде, фен и банные простыни. Во всех номерах – спутниковое телевидение. Имеется охраняемая автостоянка.

2. Номерной фонд составляют 120 одно- и двухместных номеров, площадь которых не менее 12 кв. м. Вход для обслуживающего персонала отдельный. Холл просторный, около 80 кв. м. Во всех номерах есть санузел, горячее и холодное водоснабжение, внутренняя и городская связь. Белье в номерах меняют один раз в три дня, полотенца – ежедневно. Санаторий предоставляет услуги химчистки, мелкого ремонта одежды, обмена валюты, вызова такси. По просьбе гостей обслуживающий персонал подносит багаж из машины в номер или обратно.

Фасад, балконы, напольное покрытие, стены, занавески, освещение, мебель общественных помещений находятся в отличном состоянии. Это же можно сказать и про напольное покрытие, мебель, занавеси номеров. В хорошем состоянии сантехническое оборудование номеров, стены и краны в ванных комнатах, имеется фен и биде во всех номерах. Гостям в ресторане, который имеет отдельный вход, предлагают блюда национальной кухни в течение 14 часов в сутки. На территории в пределах 100 м есть охраняемая автостоянка. Предусмотрен сервис для инвалидов. На территории расположены четыре торговые точки. Имеются почта.

П. 2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) «Основы санаторно-курортного дела»

РАЗДЕЛ 1. Введение. История санаторно-курортного лечения

Тема 1.1. История развития курортного дела

https://myslide.ru/documents_7/374baa660f73ef8d0850a535647210c4/img17.jpg

https://www.ski.ru/kohana/upload/ckfinder_images/u115052/images/115052_1479410386.jpg

Тема 1.2. Основные этапы развития курортного дела в России

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН от 4 августа 2023 г. № 496-ФЗ «О ПРИРОДНЫХ ЛЕЧЕБНЫХ РЕСУРСАХ, ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ МЕСТНОСТЯХ И КУРОРТАХ»

https://rpn.gov.ru/upload/iblock/06f/fs3piax07u7sofab6o8up46d1rh8n963/Federalnyy-zakon-ot-04.08.2023-N-469_FZ-O-prirodnykh-lechebnykh-resursakh_-lechebno_ozdorovitelnykh-mestnostyakh-i-kurortakh-_-otdelnye-zakonodatelnye-akty-Rossiyskoy-Federatsii-i-priznanii-utrativ.pdf

Приказ Минздрава России от 05.05.2016 № 279н (ред. от 25.09.2020) «Об утверждении Порядка организации санаторно-курортного лечения» https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199925/?ysclid=m5r718u86s779289041

Презентация «Санаторно-курортное дело. Трансформация отрасли в свете новых нормативно-правовых актов». https://mrik-fmba.ru/images/pages/Nauka/Kongress%20prezentacii/Galen%202/Prezentacia_Macula.pdf?ysclid=m5ocacgqwp582275195

https://cf3.ppt-online.org/files3/slide/r/RmW4qHSzhEn3lJiF0ac9QreUoxXtBYy2LGPDZ5/slide-8.jpg

САНАТОРНО-КУРОРТНАЯ ПУТЁВКА

№ 032172 серия СС

Санаторно-курортная организация (учреждение)

ЗАО «Санаторий «Светлана»

Отрывной талон к санаторно-курортной путёвке

№ 032172 серия СС

ЗАО «Санаторий «Светлана»

Талон на проживание

к путёвке № 032172 серия СС

Талон на питание

к путёвке № 032172 серия СС

Талон на лечение

к путёвке № 032172 серия СС

https://sun9-3.userapi.com/impg/lvcVxabtRBEecoo53Rvbsf-wv2ha2oqRK9gbEQ/G3TelbUdjaI.jpg?size=905x666&quality=95&sign=0cb75e043bd3ad1addee6e94a61d1d57&c_uniq_tag=8y1bpn-xBOgDtkuU-NL740t3ivggF7DUYRR_ODmkp3Q&type=album

РАЗДЕЛ 2. Рекреационные основы курортного дела.

Тема 2.1. Санаторно-курортное лечение и реабилитация в санаторно-курортных учреждениях

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН от 4 августа 2023 г. № 496-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» https://rpn.gov.ru/upload/iblock/06f/fs3piax07u7sofab6o8up46d1rh8n963/Federalnyy-zakon-ot-04.08.2023-N-469_FZ-O-prirodnykh-lechebnykh-resursakh_-lechebno_ozdorovitelnykh-mestnostyakh-i-kurortakh-_-otdelnye-zakonodatelnye-akty-Rossiyskoy-Federatsii-i-priznanii-utrativ.pdf

Приказ Минздрава России от 05.05.2016 № 279н (ред. от 25.09.2020) «Об утверждении Порядка организации санаторно-курортного лечения» https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199925/?ysclid=m5r718u86s779289041

Реабилитация в санатории: как вернуть здоровье и радость жизни? https://www.sanatory-mashuk.ru/blog/reabilitacija-v-sanatorii/?ysclid=m5o4yjhus880906896

Презентация «Природные факторы в медицинской реабилитации» https://ivgmu.ru/attachments/46732?ysclid=m5o4owc0jm170232377

Презентация «Санаторий «Южный»» ФГБУ «МФК Минфина России» file:///C:/Users/home/Downloads/prezentatsiya-sanatoriy-yuzhnyy.pdf

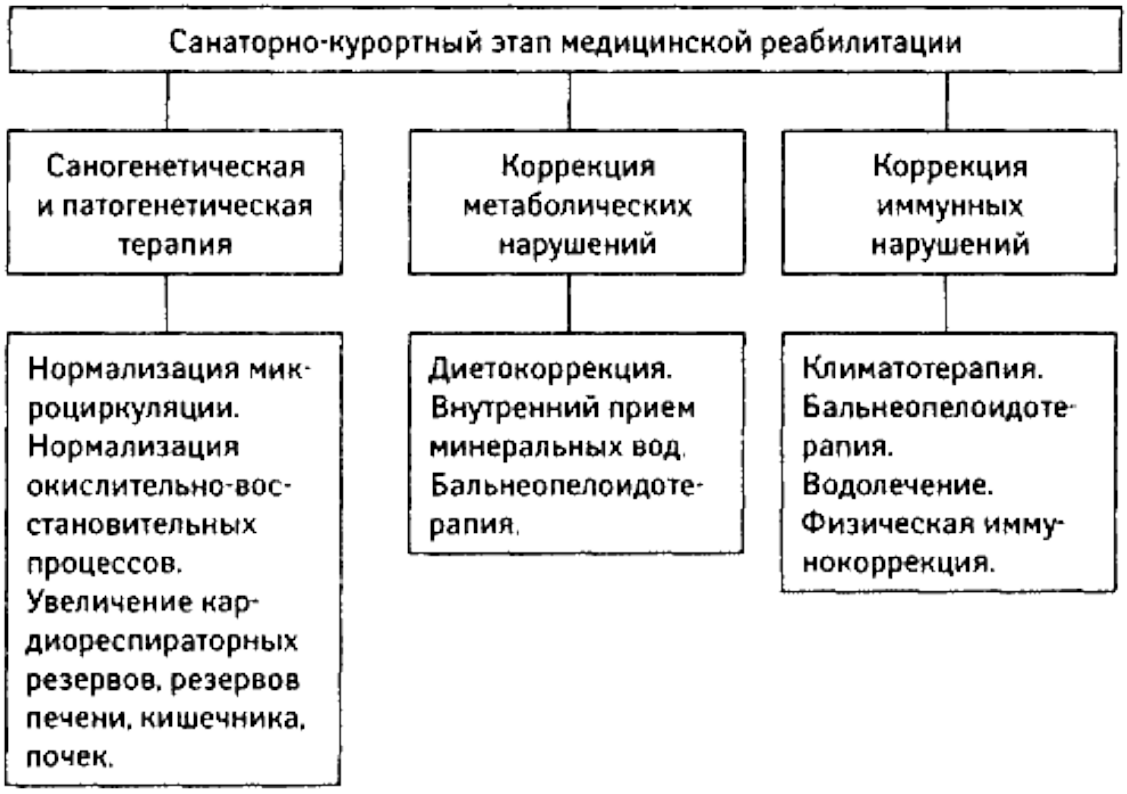
https://sun9-74.userapi.com/impg/FX0-3fIKNzI185zYLzckl5RUk9PG8QfqUX8dmQ/DVIE3qKm4Gg.jpg?size=1024x615&quality=95&sign=987dd342488e0aa980280481b022d93a&c_uniq_tag=AGidnIYWWwhNmIzgwDl8E76_qZ_a85dUIOAvIDhRkRY&type=album

САНАТОРНО- КУРОРТНЫЙ РЕЖИМ

- Режим первый – щадящий, ограничен по интенсивности климатических и бальнеологических процедур, нагрузочности лечебной физкультуры.
  Впериоде адаптации и лицам, нуждающимся в постоянном врачебном наблюдении

- Режим второй – тонизирующий (умеренного воздействия), высокая интенсивность двигательных, климатических, бальнео- и физиотерапевтических нагрузок.
  В фазе ремиссии хронического заболевания после адаптации к курорту

- Режим третий – тренирующий (сильного воздействия), для интенсивной тренировки и закаливания организма, максимальное использование курортных факторов, спортивных игр, экскурсий.
  При стойкой компенсации и стабильной ремиссии хронических заболеваний, в фазе реконвалесценции после острых заболеваний и травм, при хорошей адаптации к курорту



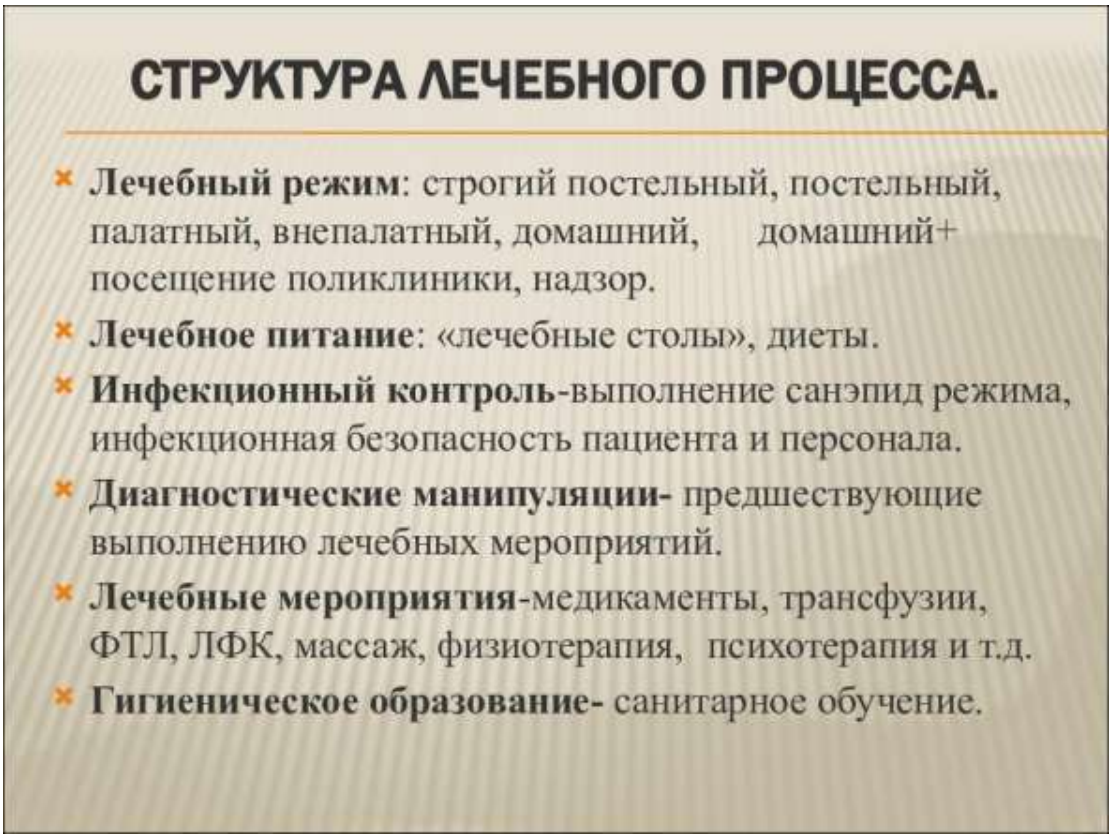
https://konspekta.net/studopediaorg/baza12/2588339840251.files/image012.gif

https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/a/Au9nRJdDWfbZcFL7E4XqMgzoY26PSBs03UOe5r1kv/slide-26.jpg

Тема 2.2. Постановка лечебного процесса на курортах

Принципы и польза санаторно-курортного лечения https://kurort.minzdrav.gov.ru/articles/2?ysclid=m5o4swuv6m338937745

https://static.tildacdn.com/tild3865-3064-4538-b730-316564626134/__.jpg



https://s0.showslide.ru/s_slide/099b0ec37aea10f27e4a923bc3c78505/e73d17ca-bd74-4d3c-b890-f325ef6a54b2.jpeg

РАЗДЕЛ 3. Курортные ресурсы

Тема 3.1. Минеральные воды. Лечебные грязи

Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 31 мая 2021 г. N 558н «Нормы и правила пользования природными лечебными ресурсами, лечебно-оздоровительными местностями и курортами» https://sudact.ru/law/prikaz-minzdrava-rossii-ot-31052021-n-558n/

ГОСТ Р 54316-2020. Национальный стандарт Российской Федерации. Воды минеральные природные питьевые. Общие технические условия https://storage.iq-provision.ru/doc_file/188/fdd673ff8dc8bc5b15c9e7280bf0df6f.pdf

Классификация минеральных вод и лечебных грязей для целей их сертификации https://meganorm.ru/Data2/1/4293741/4293741014.pdf?ysclid=m5qkpxobm4265652987

Методические указания 2000/34. Классификация минеральных вод и лечебных грязей для целей их сертификации. https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1736359293&tld=ru&lang=ru&name=4293741014.pdf

Презентация «Пелоидотерапия в лечебно-реабилитационных программах: возможности методик низкоинтенсивного воздействия» file:///C:/Users/home/Downloads/Prezentacia_Kulikov%20A.G.%20Gajdukova%20T.U.%20Turova%20E.A%20.%20FMBA-09.04.2024.pdf

Презентация «Природные факторы в медицинской реабилитации» https://ivgmu.ru/attachments/46732?ysclid=m5o4owc0jm170232377

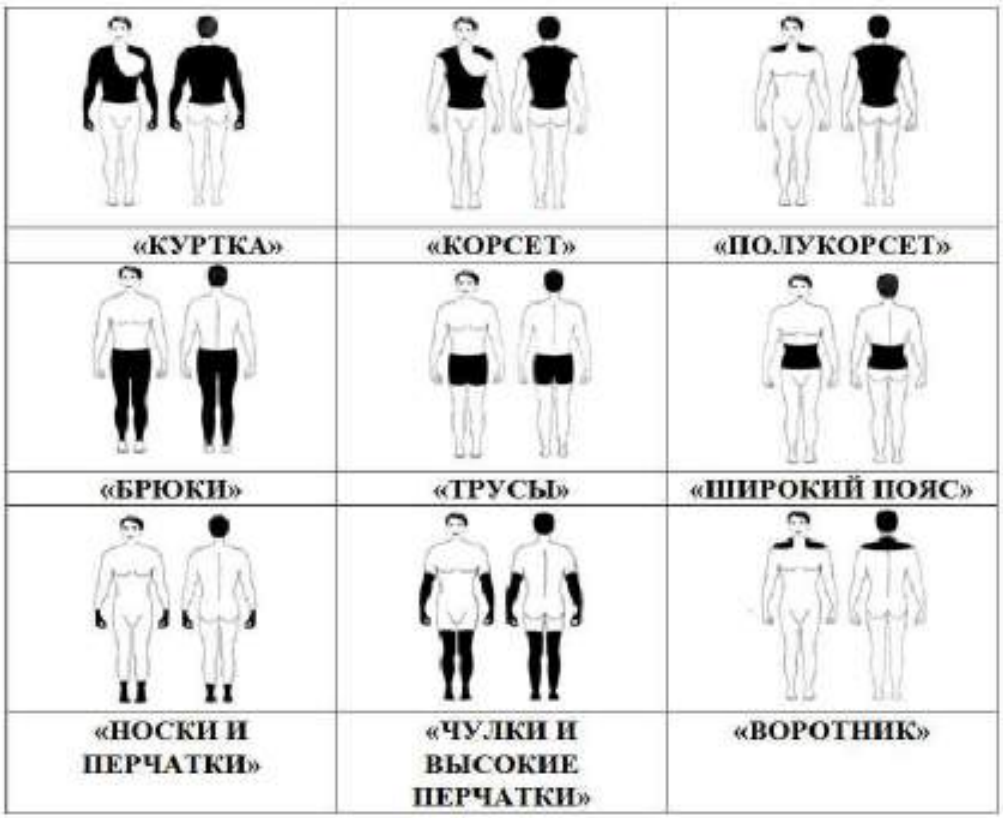


Рис. 1. Стандартные схемы наложения грязевых аппликаций

Классификация природных вод по величине минерализации, то есть суммы найденных в воде ионов:

пресные - до 1,0 г/кг
солоноватые - 1—25
воды с морской соленостью - 25—50
воды соленые (с соленостью выше морской) - выше 50

- Область пресных вод, установленная до 1 *г/кг*, основана на восприятии человеком вкуса солености при наличии ионов свыше 1 *г/кг*.
- Граница в 25 *г/кг* между солоноватыми водами и водами с морской соленостью установлена на том основании, что примерно при этой минерализации (24,695) температуры замерзания и максимальной плотности воды равны между собой. А эти характеристики весьма важны для гидрологии.
- Граница между водами с морской соленостью и соленными водами установлена потому, что в морях не наблюдается минерализации свыше 50 *г/кг*, более высокие ее величины характерны только для соляных озер и сильно минерализованных подземных вод.

https://present5.com/presentation/22047602_143727616/image-13.jpg

Классификации вод

По химическому составу

Классификация вод по В.А.Сулину

Тип воды	$\frac{rNa^+}{rCl^-}$	$\frac{rNa^+ - rCl^-}{rSO_4^{2-}}$	$\frac{rCl^- - rNa^+}{rMg^{2+}}$
1	2	3	4
Сульфатно-натриевый	>1	<1	-
Гидрокарбонатно-натриевый	>1	>1	-
Хлоридно-магниевый	<1	-	<1
Хлоридно-кальциевый	<1	-	>1

Щелочность	Жесткость	Соленость
$Ca(HCO_3)_2$	$Ca(HCO_3)_2$	$CaSO_4$
$Mg(HCO_3)_2$	$Mg(HCO_3)_2$	$MgSO_4$
$NaHCO_3$	$CaSO_4$	$CaCl_2$
	$CaCl_2$	Na_2SO_4
	$MgCl_2$	NaCl

https://theslide.ru/img/thumbs/86e604062f6ea6f5855f301bf3477b55-800x.jpg

Классификация природных вод по величине их минерализации

Минерализация, г×л$^{-1}$	Наименование вод
< 0,2	Ультрапресные
0,2 - 0,5	Пресные
0,5 - 0,1	С относительно повышенной минерализацией
1,0 - 3,0	Солоноватые
3,0 - 10,0	Соленые
10,0 - 35,0	С повышенной соленостью
35,0 - 50,0	Переходные к рассолам
50,0 - 400	Рассолы

https://present5.com/presentation/3/-101349775_437020487.pdf-img/-101349775_437020487.pdf-1.jpg

Тема 3.2. Биоклиматические и уникальные природные курортные ресурсы

Курорты Крыма https://cdn.culture.ru/images/25440aad-3331-5784-8d4c-9117d4e17cac

https://ecoimpact-ple.com/images/1546_rUQ8DK3drPABnB5bo5HToA.jpeg

Рекреационные ресурсы

https://24minus.ru/800/600/https/class-tour.com/wp-content/uploads/4/8/c/48ca674f8c11853dcf0b0b95f8192943.jpeg

Раздел 4. Курортно-рекреационные ресурсы России

Тема 4.1. Курортные зоны и агломерации России

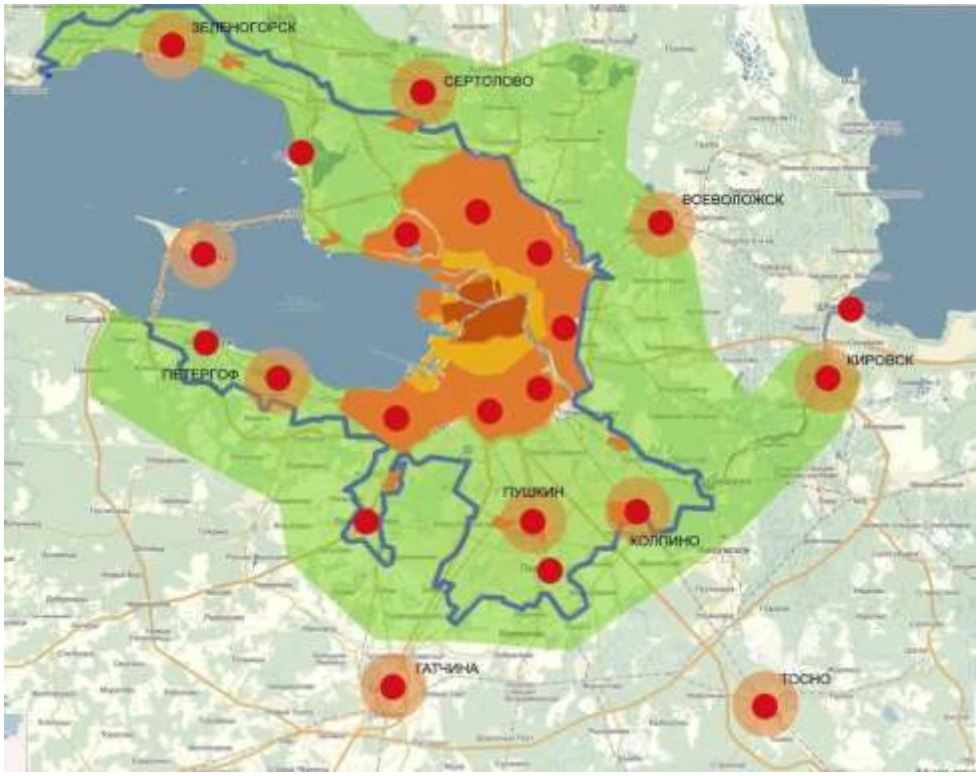
Карты курортов России https://geographyofrussia.com/karty-kurorty-rossii/

Перечень курортов России с обоснованием их уникальности по природным лечебным факторам https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=135793&ysclid=m5ql5cxpr6569941718

https://geographyofrussia.com/wp-content/uploads/2014/12/221_3.jpg

https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ee50c19b952c606dc31e06bba55d9eca_l-3569687-images-thumbs&n=13

https://dzen.ru/a/YGQwAH8bm0VO3-rA

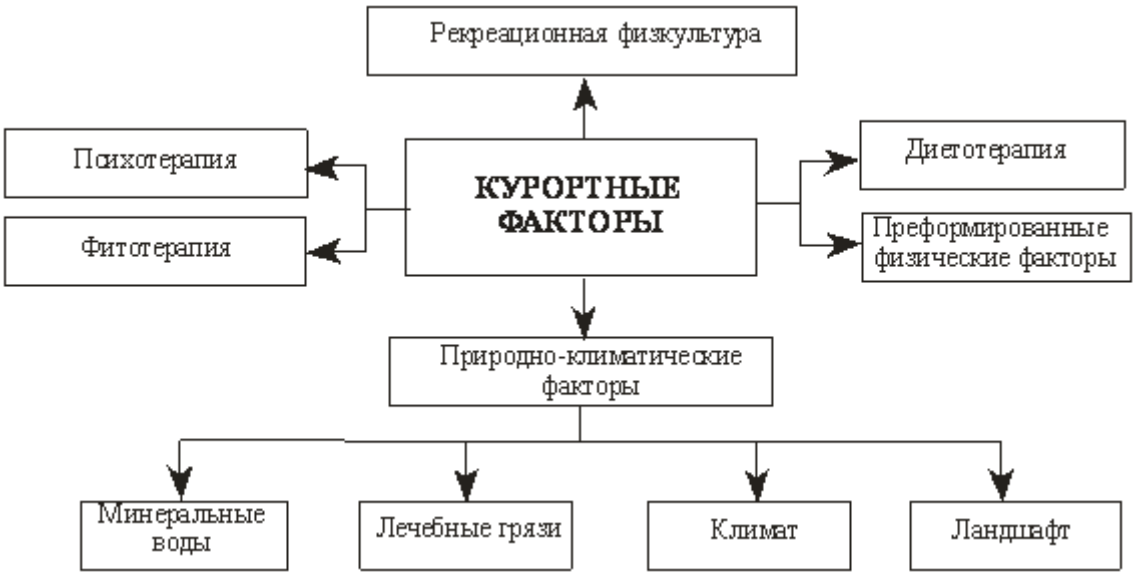


Ленинградская область
https://dzen.ru/a/YGQwAH8bm0VO3-rA

Тема 4.2. Природные лечебные ресурсы России и мира

Презентация «Картографическое исследование санаторно-курортного потенциала Тихоокеанской России для целей регионального развития» file:///C:/Users/home/Downloads/2._kartograficheskoe_issledovanie_sanatorno-kurortnogo_potenciala_tihookeanskoy_rossii.pdf

Презентация: Экспортный потенциал санаторно-курортной отрасли в рамках ЕАЭС file:///C:/Users/home/Downloads/NESIBKINA%20IRINA.pdf

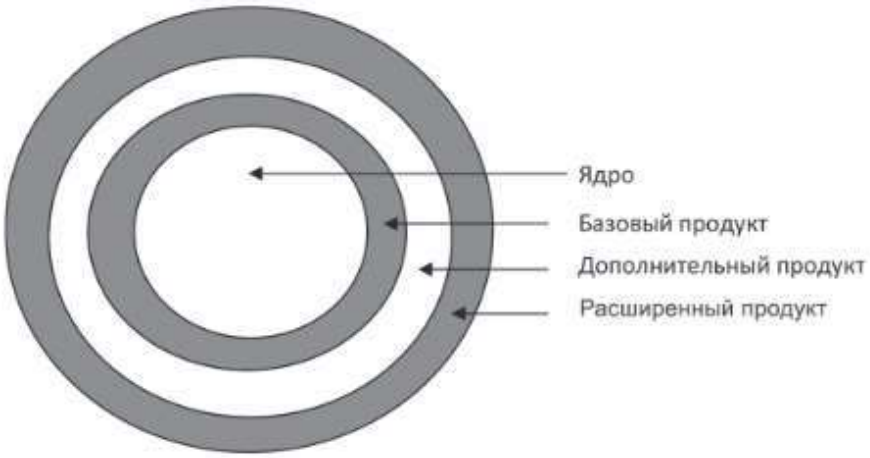


https://www.bibliofond.ru/wimg/9/480027.files/image004.gif

https://cf.ppt-online.org/files/slide/4/4KS5oQ0VOfeCFDHiIn6aZAghN8yLuXYlqrx1sJ/slide-6.jpg

Раздел 5. Санаторно-курортный продукт

Тема 5.1. Специфика и классификация услуг санаторно-курортного учреждения



Мультиатрибутивная модель санаторно-курортного продукта

Классификация типов санаторно-курортного продукта

Классифицирующий признак	**Типы**
Цель поездки	Лечебный
	Рекреационный (отдых)
	Деловой и учебный
	Спортивно-оздоровительный
Приоритетность	Основной
	Дополнительный
Форма обслуживания	Полная путевка
	Путевка без лечения
	Курсовка
	Продажа отдельных услуг
Специфичность услуги	Услуги лечения
	Услуги проживания
	Услуги питания
	Услуги развлечения (досуга)
	Бытовые услуги
	Транспортные услуги
	Спортивно-оздоровительные услуги
Классность	Количество «звезд» в соответствии с Системой классификации гостиниц и иных средств размещения

https://present5.com/presentation/141495930_302479197/image-20.jpg

http://images.myshared.ru/6/764193/slide_7.jpg

Тема 5.2. Организация питания и досуга в санаторно-курортных учреждениях

Методические рекомендации МР 2.3.1.0253-21 «Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации» https://upp.alregn.ru/pharmaceutical-industry/docs/inaya-poleznaya-informatsiya/MP%202.3.1.0253-21.pdf

Большев А.С. Питание и физическая нагрузка. Методы расчета общего и физического метаболизма: учеб.-метод. пособие / А.С. Большев, Д.Г. Сидоров, С.А. Овчинников, И.В. Волкова, В.М. Щукин; Нижегор. гос. архитектур.- строит. ун-т: – Нижний Новгород: ННГАСУ, 2021. https://bibl.nngasu.ru/electronicresources/uch-metod/sports/874662.pdf?ysclid=m5sme88uez10242299

Коэффициент физической активности https://mhlife.ru/fitness/motion/pal.html?ysclid=m5smhgyect408011321

Презентация «Успешные практики в сфере санаторно-курортного и гостиничного комплекса Краснодарского края. Продажи и маркетинг». file:///C:/Users/home/Downloads/Sbornik-Luchshikh-praktik-v-2021_2022-g..pdf

https://shkola14kaluga-r40.gosweb.gosuslugi.ru/netcat_files/110/1291/zdorov.jpg

https://s0.showslide.ru/s_slide/5908686818ba518b0c271b5980a187b7/ebdc0dd3-84b7-4477-a3ae-ca24bb527441.jpeg

https://koketta.ru/wp-content/uploads/d/0/0/d00e5fd3f4184252910e35f017ba5435.jpeg

Раздел 6. Рынок санаторно-оздоровительных услуг

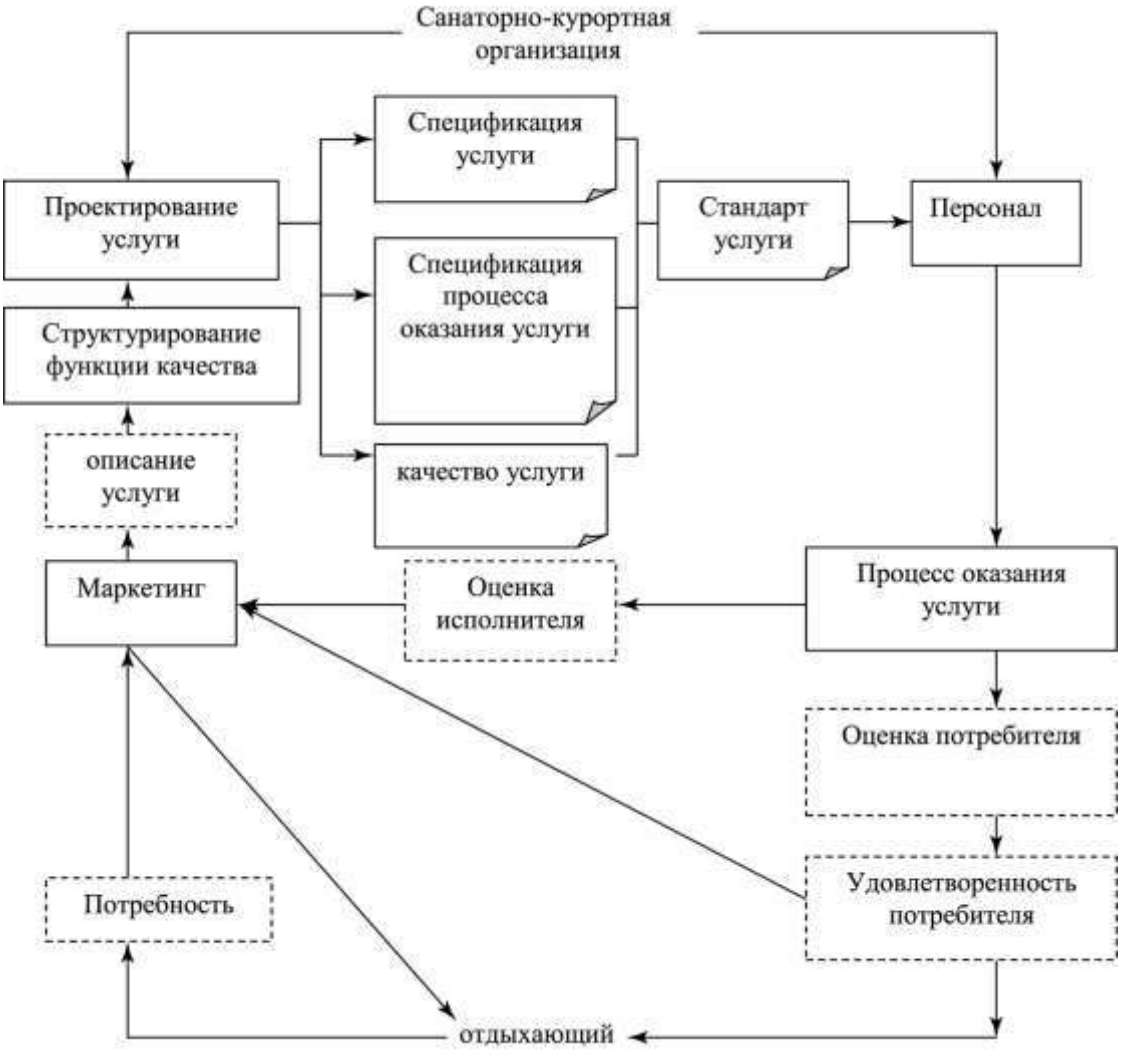
Тема 6.1. Маркетинговый комплекс в санаторно-курортных организациях

Презентация «Успешные практики в сфере санаторно-курортного и гостиничного комплекса Краснодарского края» file:///C:/Users/home/Downloads/Sbornik-Luchshikh-praktik-v-2021_2022-g.-1.pdf

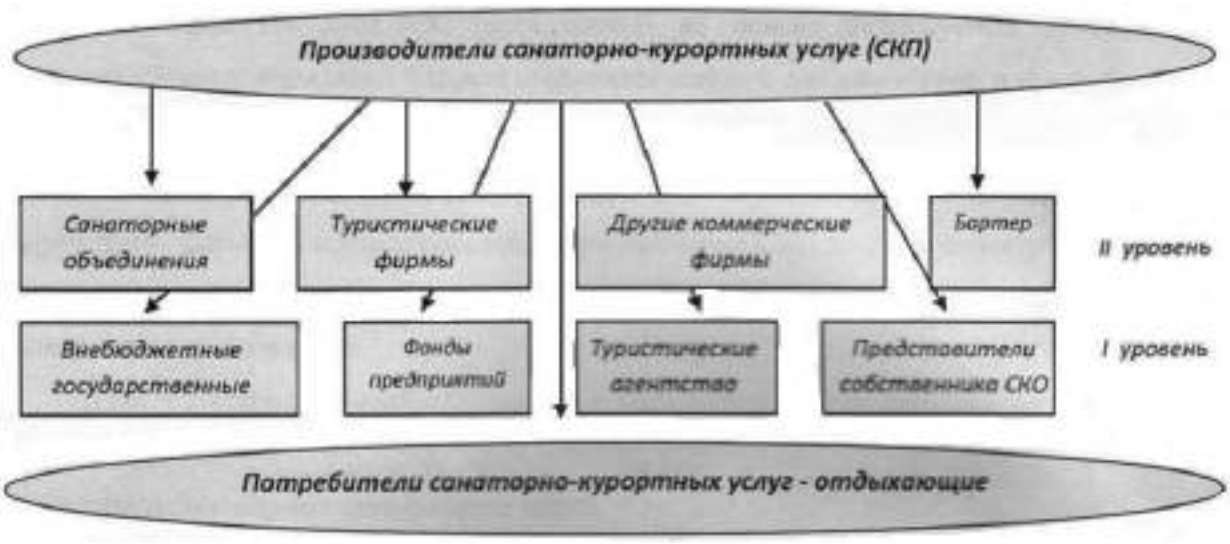
Презентация «Маркетинг и продажи в санаторно-курортных организациях на аутсорсинге для достижения максимальной эффективности» file:///C:/Users/home/Downloads/Prezentacia_Pysnaa.pdf

Схема маркетинговой управленческой системы санаторно-курортной организации

Процесс управления маркетингом санаторно-курортных услуг
https://journal.neark.kz/wp-content/uploads/pdf/1-2020/26



Модель управления качеством санаторно-курортных услуг
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https



https://www.evkova.org/evkovaupload/job/176444/7.jpg

Тема 6.2. Позиционирование и продвижение санаторно-курортного продукта на рынке услуг

Презентация «Создание и упаковка медицинских программ в санатории» file:///C:/Users/home/Downloads/RosaSprings_2023.pdf

Презентация «Возможности региональных НКО и территориальный маркетинг. Опыт взаимодействия с органами исполнительной власти на примере РАСКУ «Санатории Татарстана» file:///C:/Users/home/Downloads/Terentev-Prezentatsiya-na-Zdravnitsu.pdf

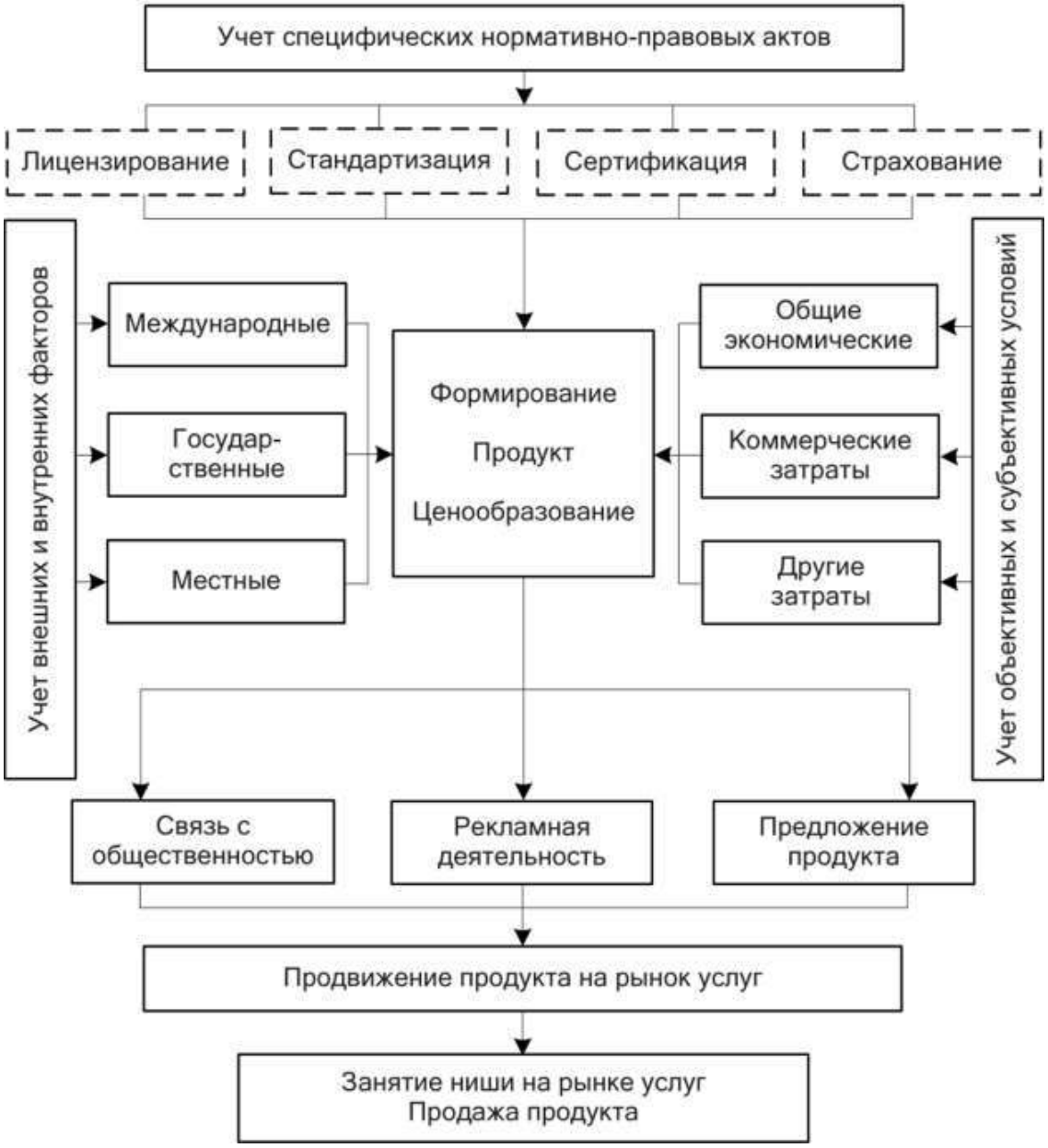
***Рис. 1.** Цели стратегии продвижения продукта*

https://www.dis.ru/gif/market/arhiv/2013/4/9/formirovanie_marketingovoy_strategii_prodvizheniya_sanatorno_kurortnykh_uslug2.png

https://blog.iteam.ru/wp-content/uploads/2018/07/bl27_1.png

https://www.cfin.ru/press/practical/2007-11/03-03.png

https://ruward.ru/files/cases/finepromo-ru/blockpict/imagepng.jpg



https://studref.com/htm/img/34/7800/5.png

Раздел 7. Актуальные аспекты в санаторно-курортном деле. Современное состояние СКД в России. Инновации, проекты, будущее

Тема 7.1. Инновации в санаторно-курортном деле как антикризисные меры

Презентация: Экспортный потенциал санаторно-курортной отрасли в рамках ЕАЭС file:///C:/Users/home/Downloads/NESIBKINA%20IRINA.pdf

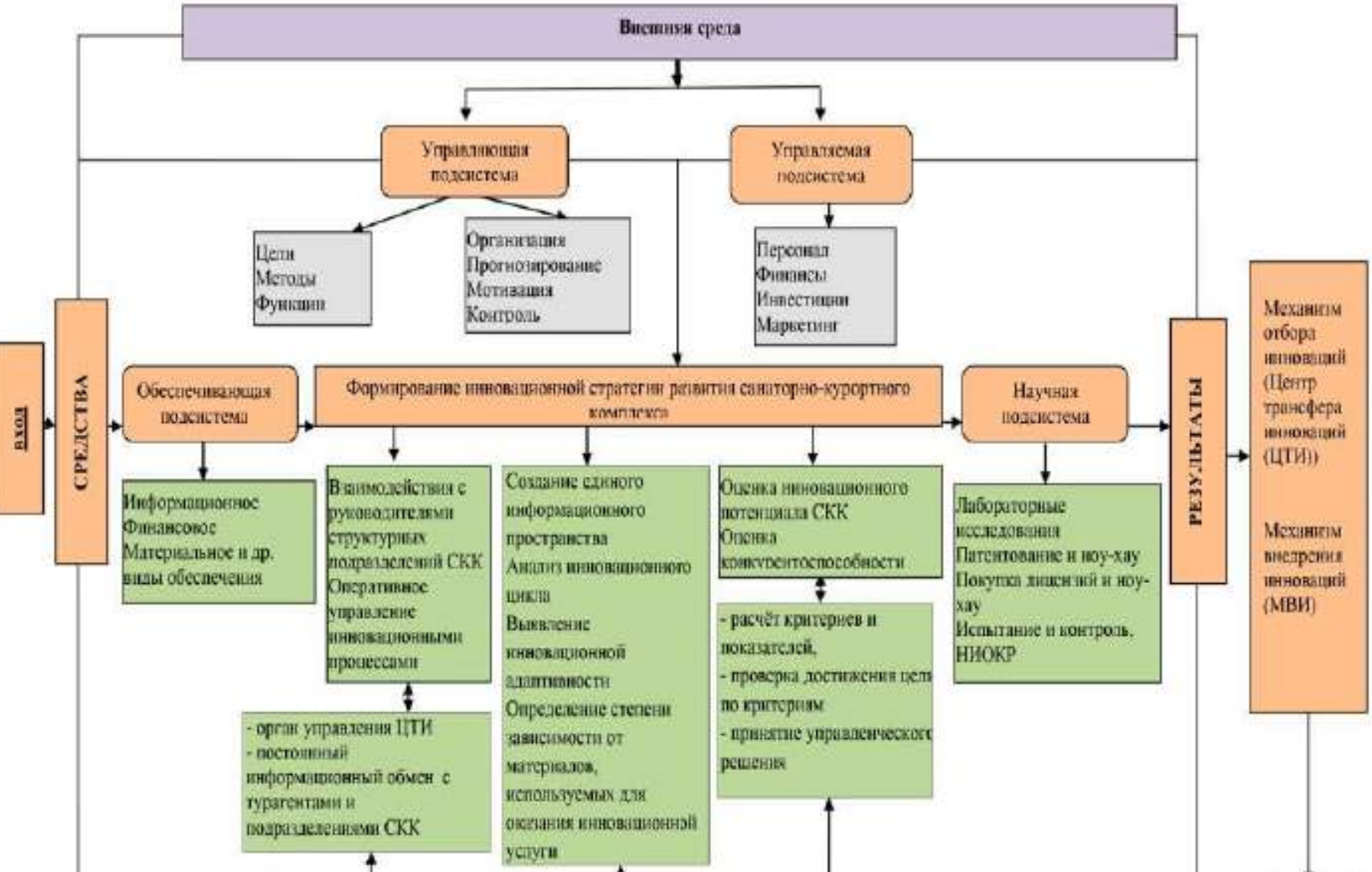
https://sko-online.ru/thumb/2/n-TZSVUwbk0nrp96Giji6w/580r450/d/dlya_stati_2.jpg

https://sko-online.ru/thumb/2/VYEgc9bj31-pUZJKG23Tyg/580r450/d/img_1943.jpg

Тема 7.2. Оценка уровня инновационной активности санаторно-курортных комплексов

Презентация: Инновационные методы медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1736549670&tld=ru&lang=ru&name=RF-Innovatsionnye-metody-meditsinskoy-reabilitatsii-i-sanatorno_kurortnogo-lecheniya.pptx&text

https://sko-online.ru/stat/post/innovacionnye-tehnologii-v-kurortnoj-i-reabilitacionnoj-medicine


Внешняя среда
Управляющая подсистема
Управляемая подсистема
Цели
Методы
Функции
Организация
Прогнозирование
Мотивация
Контроль
Персонал
Финансы
Инвестиции
Маркетинг
ВХОД
СРЕДСТВА
Обеспечивающая подсистема
Формирование инновационной стратегии развития санаторно-курортного комплекса
Научная подсистема
РЕЗУЛЬТАТЫ
Механизм отбора инноваций (Центр трансфера инноваций (ЦТИ))
Механизм внедрения инноваций (МВИ)
Информационное
Финансовое
Материальное и др. виды обеспечения
Взаимодействия с руководителями структурных подразделений СКК
Оперативное управление инновационными процессами
- орган управления ЦТИ
- постоянный информационный обмен с турагентами и подразделениями СКК
Создание единого информационного пространства
Анализ инновационного цикла
Выявление инновационной адаптивности
Определение степени зависимости от материалов, используемых для оказания инновационной услуги
Оценка инновационного потенциала СКК
Оценка конкурентоспособности
- расчёт критериев и показателей,
- проверка достижения цел по критериям
- принятие управленческого решения
Лабораторные исследования
Патентование и ноу-хау
Покупка лицензий и ноу-хау
Испытание и контроль, НИОКР

санаторно-курортного комплекса

Раздел 8. Нормативно-правовые основы функционирования санаторно-курортных организаций

Тема 8.1. Нормативно-правовое регулирование санаторно-курортной деятельности

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/?ysclid=m5vnkxbddh617135850

Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/?ysclid=m5vnmfo51a565884319

Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1736808124&tld=ru&lang=ru&name=Federalnyi_zakon_ot_21_11_2011_N_323_FZ_red_ot_28_12_2022_Ob_osnovakh.pdf&text

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/?ysclid=m5vnswdnwi159665650

Федеральный закон от 04.08.2023 № 469-ФЗ (ред. от 08.08.2024) "О внесении изменений в Федеральный закон "О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах", отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации" https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1736808251&tld=ru&lang=ru&name=Federalnyy-zakon-ot-04.08.2023-N-469_FZ-O-prirodnykh-lechebnykh-resursakh_-lechebno_ozdorovitelnykh-mestnostyakh-i-kurortakh-_-otdelnye-zakonodatelnye-akty-Rossiyskoy-Federatsii-i-priznanii-utrativ.pdf&text

Приказ Минздрава России от 15.12.2014 N 834н (ред. от 02.11.2020) "Об утверждении унифицированных форм медицинской документации, используемых в медицинских организациях, оказывающих медицинскую помощь в амбулаторных условиях, и порядков по их заполнению" https://tub-spb.ru/wp-content/uploads/2022/02/prikaz-minzdrava-rossii-ot-15.12.2014-n-834n.pdf?ysclid=m5vmvetpem254039341

Приказ Минздрава России от 28.09.2020 № 1029н (ред. от 26.04.2023) "Об утверждении перечней медицинских показаний и противопоказаний для санаторно-курортного лечения" https://resbol.mz19.ru/upload/iblock/29e/Prikaz-Minzdrava-Rossii-ot-28.09.2020-N-1029n-_red.-ot-26.04.pdf

Распоряжение Правительства РФ от 26 ноября 2018 г. № 2581-р «О Стратегии развития санаторно-курортного комплекса РФ» https://kurort.minzdrav.gov.ru/articles/10/6?ysclid=m5vn18zqz535199251

Презентация НОВЫЕ ПРАВИЛА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ. ЧАСТЬ 2 file:///C:/Users/home/Downloads/2024_01_18_10.pdf

Презентация «Стратегическое и приоритетное направление государственной политики в области охраны здоровья граждан Чувашской Республики. «Курортное Дело Чувашии» Концепция Государственной программы Чувашской Республики по развитию санаторно-курортного комплекса» file:///C:/Users/home/Downloads/%D0%94%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B7%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B0%201%20(%D1%80%D0%B5%D0%B4.).pdf

https://cf.ppt-online.org/files/slide/d/dVGwABqQZ6uh2xEaeoXUKMb3nDOHi5r0JpyvI4/slide-5.jpg

https://mypresentation.ru/documents_6/4fa53cee9bc8a6b13849098dec5db36b/img3.jpg

https://npgt.ru/images/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/2020/%D0%AF_%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C_%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D1%8E_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE/%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80.jpg

Тема 8.2. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг

Постановление Правительства РФ от 01.06.2021 N 852 (ред. от 20.03.2024) "О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково") и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации" (вместе с "Положением о лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково")") https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_385633/

Письмо Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения от 6 ноября 2018 г. N 01И-2613/18 "О лицензионном контроле медицинской деятельности санаторно-курортных организаций" https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72001716/

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Услуги средств размещения. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К УСЛУГАМ САНАТОРИЕВ, ПАНСИОНАТОВ, ЦЕНТРОВ ОТДЫХА https://docs.cntd.ru/document/1200092283

Сертификация санаториев https://eacaudit.ru/article/sertifikaciya-sanatoriev?ysclid=m5vo9m1n1h822923589

СИСТЕМА ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ
САНАТОРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

№ РОСС RU.О253104САУ0 001-П

Срок действия с 16.04.2022 г. по 16.04.2025 г.

№ 000014

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ ЧОУ ДПО «ИНСТИТУТ КУРОРТНОЙ МЕДИЦИНЫ И ТУРИЗМА»
орган, выдавший сертификат
РФ, 357508, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Клубничная, дом 2а

УСЛУГА (РАБОТА) 86.90.140
наименование услуг (ОКПД)

ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ КОМПЛЕКСАХ

КОД 86.90.4 «Деятельность санаторно-курортных организаций» ОКВЭД-2

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ
нормативные документы

ИСПОЛНИТЕЛЬ ЗАО «Курорт Ключи»
организация-держатель сертификата

НА ОСНОВАНИИ Акт проверки Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Пермскому краю № 927 от 15.04.2021 г.
акты, протоколы, заключения

Схема 4

Руководитель органа М.А. Шутенко

Эксперт Ю.В. Давлетова

https://www.spa-kluchi.ru/upload/iblock/6a6/n1q9cv0ybods13q9pbatg8gw10al3ev6/1.jpg

УПРАВЛЕНИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
ПРАВИТЕЛЬСТВА ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ

ЛИЦЕНЗИЯ

79-01-000449 от 06 апреля 2018

медицинской деятельности

СОГЛАСНО ПРИЛОЖЕНИЮ (ЯМ)

Общество с ограниченной ответственностью «Санаторий «Санус»
ООО «Санаторий «Санус»
Общество с ограниченной ответственностью «Санаторий «Санус»
общество с ограниченной ответственностью

1187901000187

7902538983

https://санус.рф/assets/galleries/85/lic_1.jpg

https://image3.slideserve.com/5925134/slide18-l.jpg

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИНФОРМАТИКА И ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Инструменты работы с текстовыми документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления текстовых данных в компьютере. Способы кодирования текстовой информации. Программы для работы с текстовыми документами. Форматы текстовых докумен-

тов. Порядок работы над документом. Правила набора и верстки документа с учетом дальнейшего использования. Структурирование документов. Параметры страниц. Параметры шрифта и абзаца. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов. Режимы отображения документа. Назначение режима «Главный документ». Сложное форматирование документов. Таблицы. Графические объекты. Формулы. Рецензирование.

Тема лекционного занятия: Автоматизация работы с текстовыми документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Использование шаблонов для работы с типовыми документами. Работа со стилями и списками. Ссылки. Оглавление и указатели. Рассылки. Автозамена. Вставка полей и экспресс-блоков. Автоматизация работы с текстовыми документами с помощью макросов.

Тема лекционного занятия: Инструменты работы с табличными документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления числовых данных в компьютере. Компьютерные технологии обработки табличных данных. Программы для работы с табличными документами. Автоматизация процессов обработки данных. Основные методы оптимизации работы табличного процессора. Адресация в электронных таблицах. Фильтрация данных. Автоматизация поиска данных в таблицах. Работа с диаграммами. Защита табличных документов. Автоматизация работы с табличными документами с помощью макросов.

Тема лекционного занятия: Анализ данных в электронных таблицах

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Статистическая обработка данных. Построение графических зависимостей. Способы анализа данных в электронных таблицах. Списки и их использование для анализа табличных данных. Анализ данных с помощью сводных таблиц. Решение оптимизационных задач. Финансовые функции. Таблицы подстановки.

Тема лекционного занятия: Технологии создания презентаций

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления графических данных в компьютере. Основные типы презентаций. Создание базовой презентации. Приемы создания и обработки презентаций. Работа в программе в различных режимах (режимы обычный, сортировщик слайдов, показ слайдов, страницы заметок). Формирование слайдов с мультимедиа-объектами. Управление сменой слайдов. Эффекты анимации и управление ими. Значение портфолио. Принципы наполнения портфолио. Эффективность устной презентации.

Тема лекционного занятия: Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Технологии цифровой экономики. Основные сквозные цифровые технологии и их влияние на традиционные сектора экономики. Системный подход при решении задач. Использование искусственного интеллекта. Типовые решения автоматизации офиса. Программное обеспечение (офисные программные приложения, прикладное программное обеспечение). Направления автоматизации деятельности офисов. Компьютерные сети. Адресация в компьютерных сетях. Информационная безопасность и цифровая гигиена. Обеспечение совместной деятельности. Информационные облачные технологии автоматизации офиса. Технологии современного офиса: интернет вещей, искусственный интеллект, параллельная работа с документами, удаленная работа, облачное хранение, VR и AR, 3-D печать. Обзор «облачных» архитектур. Автоматизация офисных приложений. Облачные технологии: Документы, Таблицы, Презентации, Формы. Совместный доступ. Настройка совместного доступа.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Инструменты работы с текстовыми документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Программные средства реализации информационных процессов.
2. Технологии создания и преобразования текстовых данных.
3. Технологии создания и преобразования текстовых данных.
4. Работа с дополнительными объектами, таблицами и графическими объектами документа.

Тема занятия: Автоматизация работы с текстовыми документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Технологии автоматизации обработки документов в текстовых процессорах.
2. Возможности текстового процессора по созданию и обработке больших документов сложной структуры.
3. Работа в режиме главного документа.
4. Технологии автоматизации обработки документов в текстовых процессорах.
5. Автоматизация работы с типовыми документами.

Тема занятия: Инструменты работы с табличными документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Принципы функционирования электронных таблиц.
2. Ввод, редактирование и форматирование данных в электронных таблицах.
3. Информационные технологии обработки числовой информации в электронных таблицах.
4. Вычисления, анализ и визуализация данных в электронных таблицах.

Тема занятия: Анализ данных в электронных таблицах

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Анализ данных в электронных таблицах.
2. Использование списков для анализа данных в электронных таблицах.
3. Анализ данных в электронных таблицах.
4. Изучение инструментов анализа данных.
5. Решение оптимизационных задач.

Тема занятия: Технологии создания презентаций

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Технологии создания компьютерных презентаций.
2. Создание интерактивных презентаций.
3. Заполнение электронного портфолио обучающегося РГСУ.

Тема занятия: Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Глобальная компьютерная сеть Интернет.
2. Использование служб Интернета для решения практических задач.
3. Изучение Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Информационно-коммуникационные технологии	Самостоятельное изучение материала раздела

Задания для самостоятельной работы

РАЗДЕЛ 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Способы управления свойствами символов текста.
2. Способы управления свойствами абзацев.
3. Способы управления свойствами страницы.
4. Понятие раздела документа, его свойства.
5. Колонтитулы и способы их создания.
6. Списки и их виды.
7. Понятие «Стиль» и возможности этой функции текстового процессора.
8. Сноски, назначение и виды.

9. Назначение закладок.
10. Назначение и способы создания примечаний.
11. Способы ввода информации об авторе примечаний при их создании.
12. Назначение и способы создания перекрестных ссылок.
13. Таблицы и способы их создания в текстовом процессоре.
14. Понятие «поля» и способы их использования для выполнения вычислений в документе.
15. Назначение, виды и способы создания диаграмм в документе.
16. Способы создания формул в тексте документа.
17. Виды графических объектов, создаваемых средствами текстового процессора и способы управления их свойствами.
18. Понятие «стиля». Способы создания и изменения стиля.
19. Технология OLE. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов.
20. Создание связанных и внедренных объектов в текстовом документе.
21. Списки и способы их создания и форматирования.
22. Понятие «полей» (инструкций) и правила их формирования.
23. Правила набора текста с учетом дальнейшего использования при подготовке публикаций.

РАЗДЕЛ 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц.

Вопросы для самоподготовки:

1. Ознакомление с интерфейсом программы.
2. Освоение процедуры ввода данных в ячейки таблицы.
3. Использование средств, повышающих эффективность ввода данных.
4. Изучение основных приемов редактирования таблиц.
5. Форматирование текстовых данных.
6. Форматирование числовых данных.
7. Создание условных форматов и примечаний.
8. Состав рабочей книги табличного процессора и особенности объектов, входящих в него.
9. Создание рабочей книги. Технология работы с листами.
10. Ввод и редактирование данных (ввод чисел, ввод текста, ввод одного значения сразу в несколько ячеек, редактирование содержимого ячейки).
11. Особенности различных форматов данных, используемых в таблицах.
12. Ряды автозаполнения как средство автоматизации ввода данных в таблицы.
13. Правила создания формул в табличном процессоре.
14. Запись формул и порядок выполнения операций при вычислениях, заданных ими.
15. Ссылка как операнд формулы. Виды ссылок и особенности их использования для вычислений.
16. Использование мастера функций для ввода формул.
17. Синтаксис и правила использования статистических функций.
18. Синтаксис и правила использования логических функций.
19. Типы диаграмм и графиков, способы их построения.
20. Назначение диаграмм различных типов.
21. Объекты диаграмм (ряды данных, надписи, линии сетки, легенда).
22. Методы оформления диаграмм различного типа.

23. Списки и требования к их содержанию и оформлению.
24. Сортировка данных и способы ее осуществления (одноуровневая, многоуровневая).
25. Фильтры и их виды.
26. Сущность сводных таблиц и способы их создания.
27. Консолидация данных и способы ее осуществления, методы консолидации.
28. Функции прогнозирования, их назначение и применение.
29. Назначение метода Подбор параметра.
30. Круг задач, решаемых методом Подбор параметра.
31. Назначение метода Поиск решения.
32. Особенности задач, решаемых с помощью метода Поиск решения.
33. Способы задания ограничений для задач поиска решения.
34. Создание элементов управления на рабочем листе (списки, флажки).
35. Финансовые функции, их назначение, синтаксис, аргументы финансовых функций.
36. Правила создания формул с использованием финансовых функций в табличном процессоре.
37. Использование мастера функций для ввода формул.
38. Назначение, синтаксис и правила использования таблиц подстановки.
39. Использование одномерных и двумерных таблиц подстановки для анализа финансовых данных.

РАЗДЕЛ 3. Информационно-коммуникационные технологии.

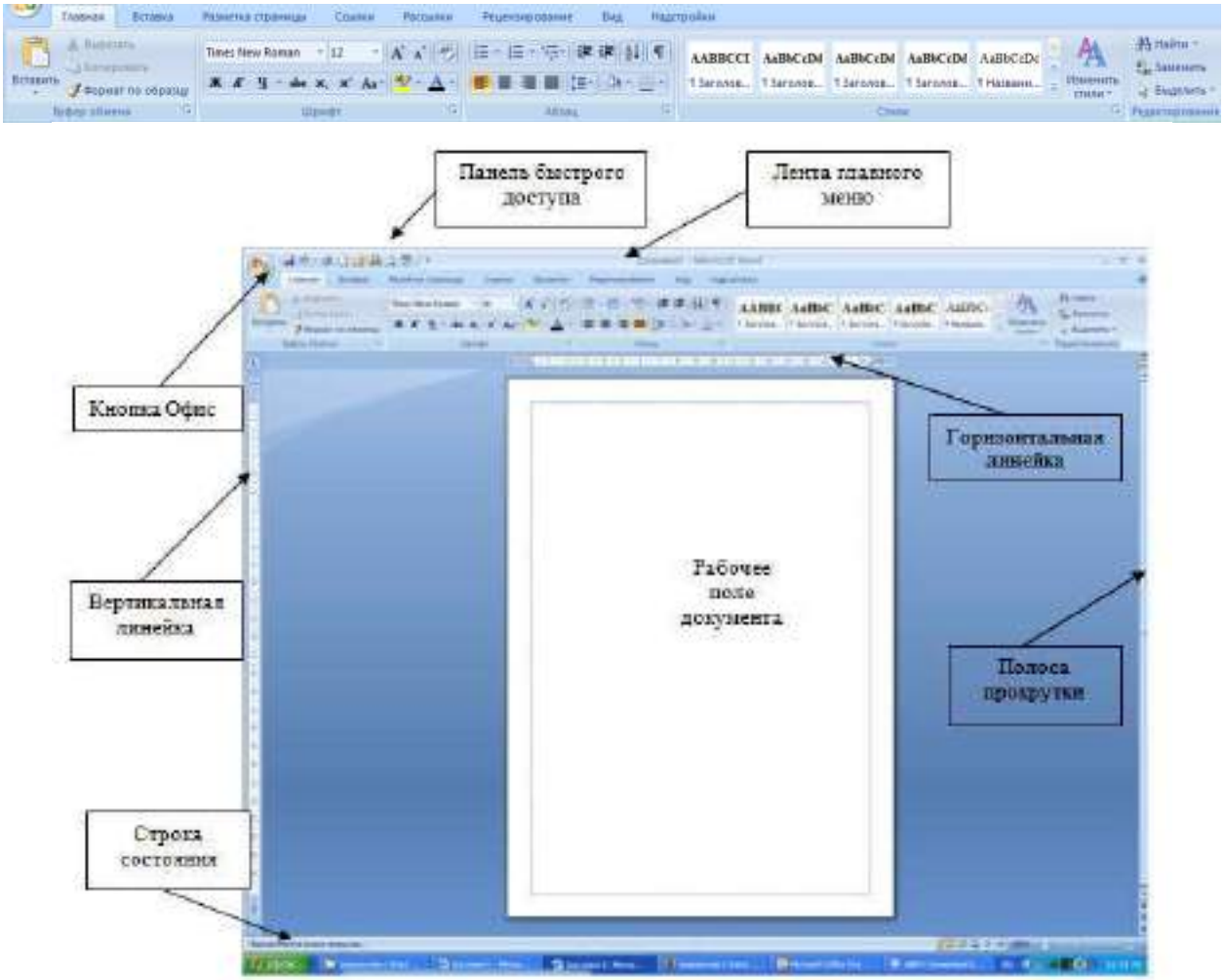
Вопросы для самоподготовки:

1. Функциональные возможности программ подготовки презентаций.
2. Режимы работы программ подготовки презентаций.
3. Методика проектирования презентаций.
4. Факторы эффективности устных выступлений.
5. Ключевые цели национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
6. Основные задачи программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
7. Основные сквозные цифровые технологии программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
8. Технологии в области работы с данными: искусственный интеллект, туманные вычисления, квантовые технологии, суперкомпьютерные технологии, технологии идентификации, математическое моделирование, технологии блокчейна, нейронные сети, киберфизические системы (cps), 3d-технологии (печать) или «аддитивное производство», роботизация, технологии открытого производства, беспилотные технологии, биометрические технологии.
9. Назначение, классификация и состав информационных технологий защиты информации.
10. Сетевые модели «облачных» сервисов.
11. Infrastructure-as-a-Service (IaaS).
12. Software-as-a-Service (SaaS). Преимущества и риски, связанные с SaaS. Область применения SaaS.
13. Platform-as-a-Service (PaaS).
14. Облачные сервисы.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов.

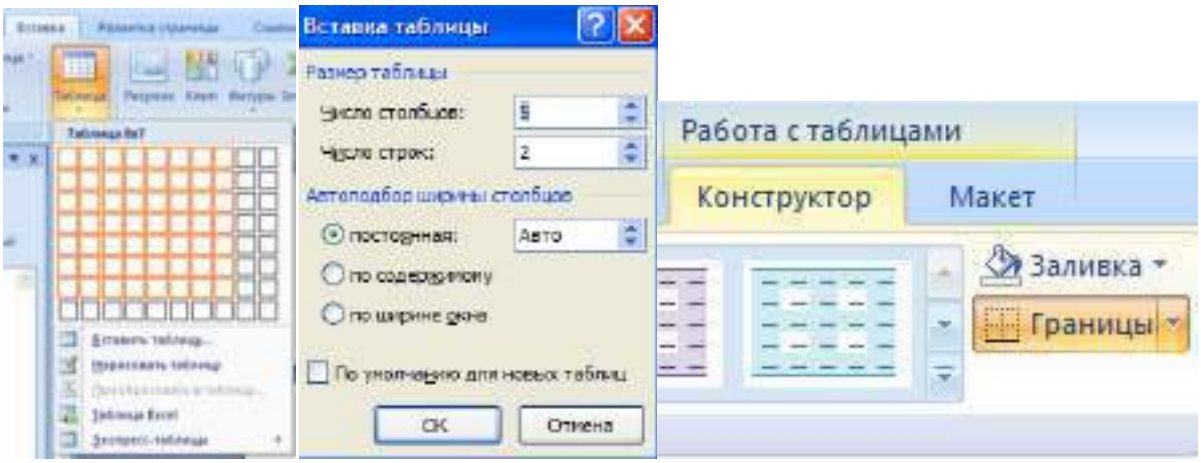
Тема 1.1. Инструменты работы с текстовыми документами.



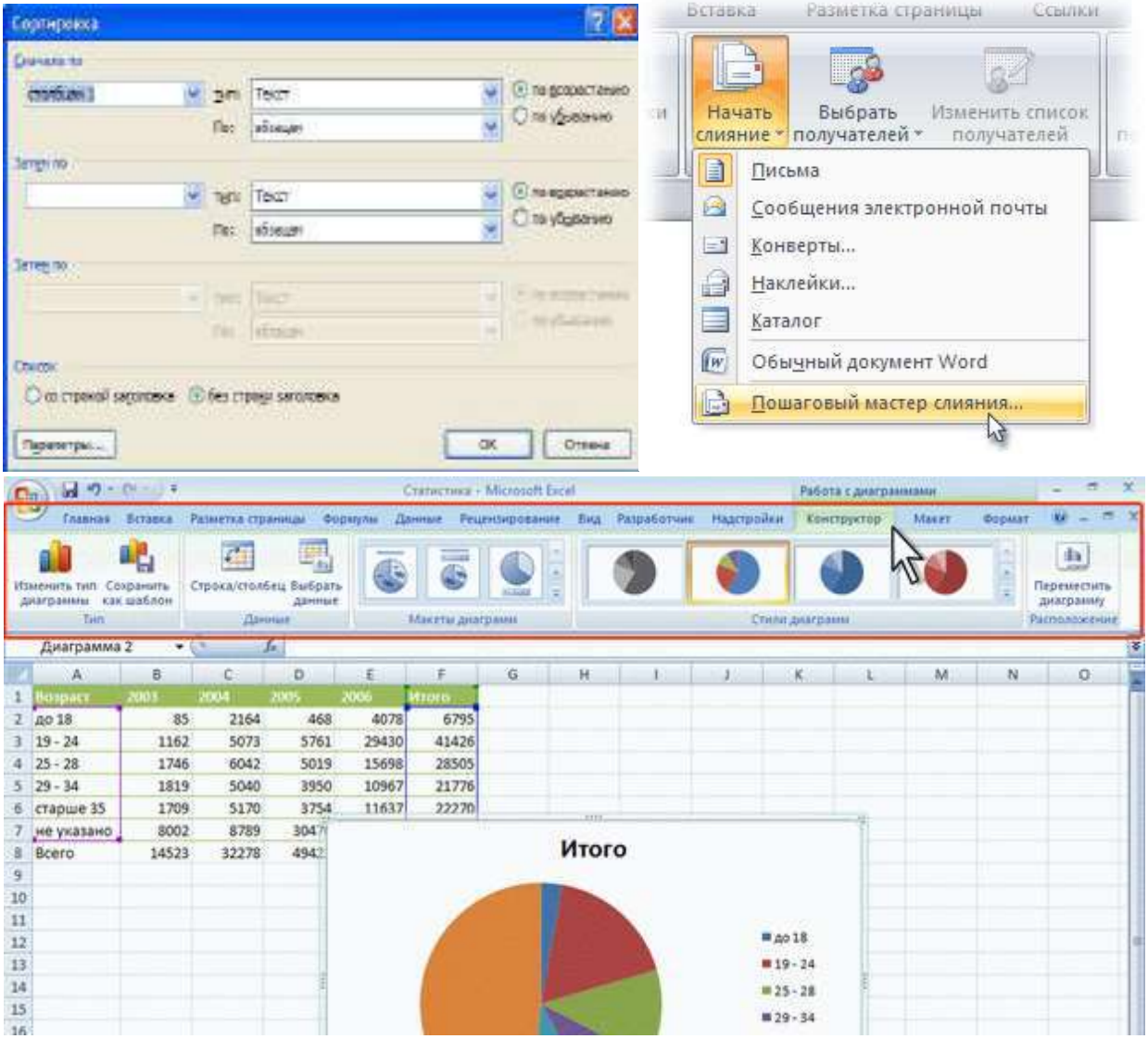
Тема 1.2. Автоматизация работы с текстовыми документами.

РАЗДЕЛ 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц.

Тема 2.1. Инструменты работы с табличными документами.

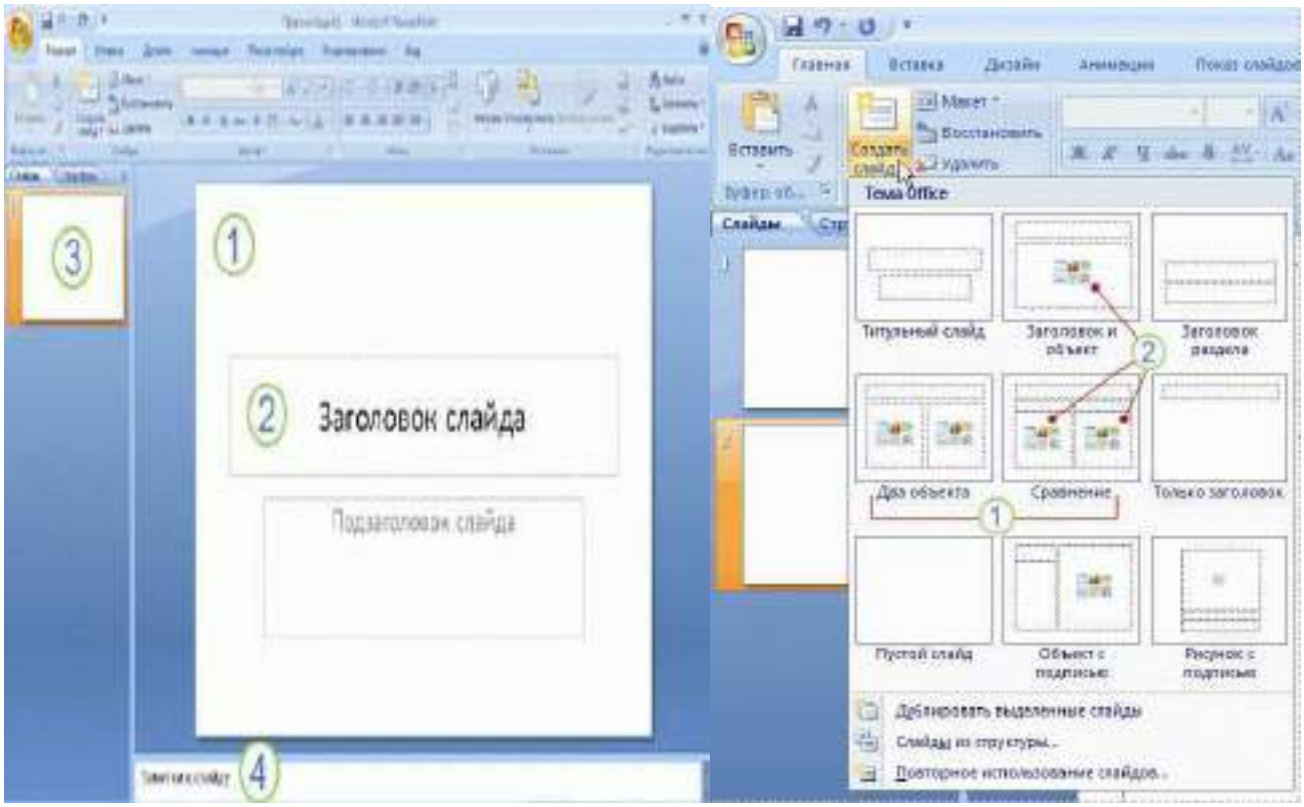


Тема 2.2. Анализ данных в электронных таблицах.



РАЗДЕЛ 3. Информационно-коммуникационные технологии.

Тема 3.1. Технологии создания презентаций.



Тема 3.2. Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса.

«Облачные технологии»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ) АДАПТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоениеобучающимся дисциплины (модуля)предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт TimesNewRoman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура TimesNewRoman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт TimesNewRoman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практическогозадания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом TimesNewRoman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия:Особенности современных адаптивных информационных технологий

Цели занятия:Сформировать знания и умения в области современных адаптивных информационных технологий для решения прикладных задач

Методы и средства обучения, основные методические приемы:Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Новые задачи педагогических коллективов в работе с обучающимся, относящимся к разным категориям лиц с ограниченными возможностями здоровья: создание атмосферы заинтересованности каждого обучающегося в работе группы; использование в ходе учебы дидактического материала и специальных устройств, наиболее доступных и значимых видов и форм учебного содержания.

Тема лекционного занятия:Использование адаптированной компьютерной техники

Цели занятия:Сформировать знания и умения применять программное обеспечение наиболее распространенных вариантов доступа к инклюзивному образованию

Методы и средства обучения, основные методические приемы:Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Осуществление вызова на мобильный телефон через образовательную сеть «мобильное образование» или «m-обучение». Требование совместимости конкретной ассистивной технологии, например, слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном. Специальные компьютерные учебные программы.

Тема лекционного занятия:Дистанционные образовательные технологии

Цели занятия:Получение представления о современном состоянии и структуре рынка адаптивных информационных ресурсов и технологий для осуществления коммуникаций при использовании дистанционных технологий

Методы и средства обучения, основные методические приемы:Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития. Электронное обучение. Интернет курсы. Интернет тестирование. Интернет олимпиады. Использование адаптивных технологий в учебном процессе.

Тема лекционного занятия:Технические и программные средства телекоммуникационных технологий

Цели занятия:Получение представления об использовании современных технических и программных средств телекоммуникации

Методы и средства обучения, основные методические приемы:Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие о современных технических и программных средствах телекоммуникации.Технические средства создания электронных документов.Технологии распознавания текста и обработки файлов.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия:Особенности современных адаптивных информационных технологий

Цели занятия:Раскрыть сущность использования адаптивных информационных технологий

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Поиск информации.
2. Поисковые системы.
3. Правила формирования поисковых запросов.
4. Организация хранения файлов на дисках.
5. Резервное копирование данных.
6. Облачное хранение данных

Пример аналитического задания:

Провести анализ средств адаптации компьютерной техники (составить таблицу, построить диаграммы).

Пример практического задания:

С помощью адаптированной компьютерной техники (по нозологиям) выполнить:

а) поиск заданной информации в файловой системе и в сети Интернет;

б) копирование, перемещение, удаление и восстановление файлов;

в) копирование и вставку данных;

г) ввод данных (текстовые и табличные данные), вывод данных на печать;

д) настройку параметров операционной системы, прикладных программ (программ обработки текстовых и табличных данных, программ подготовки презентаций).

Тема занятия:Использование адаптированной компьютерной техники

Цели занятия:Сформировать представление об использовании адаптированной компьютерной техники для выполнения базовых информационных процессов

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Средства автоматизации работы с текстовыми данными.
2. Совместная работа с текстовыми документами.
3. Защита текстовых документов.
4. Средства анализа больших данных.
5. Автоматизация работы с электронными таблицами.
6. Совместная работа с табличными документами.
7. Защита табличных документов.
8. Сравнительная характеристика текстовых процессоров.
9. Сравнительная характеристика табличных процессоров.

Пример аналитического задания:

Провести анализ использования информационных технологий в профессиональной и научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья.

Пример практического задания:

1. Задачи на обработку текстовых данных по предметной области, связанной с профессиональной деятельностью, с применением адаптированных средств.

2. Задачи на обработку табличных данных по предметной области, связанной с профессиональной деятельностью, с применением адаптированных средств.

3. Задачи по практической работе с библиографическими и реферативными базами данных.

Тема занятия:Дистанционные образовательные технологии

Цели занятия: Раскрыть возможности и сущность использованияДОТ

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Преимущества и недостатки дистанционных образовательных технологий.
2. Средства дистанционных образовательных технологий.
3. Сравнительная характеристика систем управления образовательным контентом.

Пример практического задания:

С помощью адаптационных средств разместить в указанный преподавателем раздел плана занятий учебного курса в электронной информационно-образовательной среде РГСУ материалы текущего и рубежного контроля по разделу.

Тема занятия:Технические и программные средства телекоммуникационных технологий

Цели занятия:Получение представления об использовании современных технических и программных средств телекоммуникации

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Адаптивные способы работы в текстовых процессорах.
2. Адаптивные способы работы в табличных процессорах.
3. Адаптивные возможности программ создания презентаций.
4. Адаптивные возможности обработки графической информации.

Пример аналитического задания:

Провести анализ состава и характеристик технических и программных средств телекоммуникационных технологий.

Пример практического задания:

Изучить и продемонстрировать средства адаптации информационного обмена (формы обратной связи, сообщения, форумы) официального сайта РГСУ, электронной информационно-образовательной среды РГСУ.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Основы современных адаптивных информационных технологий	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Понятие «доступные ИКТ» как весь спектр ассистивных и основных технологий и форматов.
2. Состав «доступных ИКТ».
3. Базовые технологии (компьютеры и мобильные телефоны, содержащие встроенные специальные возможности);
4. Ассистивные технологии. Слуховые аппараты.
5. Программы чтения с экрана, адаптивные клавиатуры);
6. Форматы доступа (HTML-доступ, книги DAISY (информационная система цифрового доступа) и т.д.)
7. Прикладное программное обеспечение ассистивных технологий.
8. Совместимость слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном.
9. Просмотр веб-сайта с помощью «программы чтения с экрана».
10. Использование альтернативных средств коммуникации.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Интеграция ИКТ в инклюзивное образование.
2. Многоязычие: ключ к инклюзивному образованию в условиях информатизации общества.
3. Компьютеры и программное обеспечение: встроенные специальные возможности.
4. Мобильные телефоны: встроенные специальные возможности.
5. Слуховые аппараты: виды и характеристики.
6. Программы чтения с экрана.
7. Адаптивные клавиатуры.
8. HTML-доступ, книги DAISY.
9. Информационная система цифрового доступа.
10. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние.
11. Современные экономические условия информатизации российского общества.
12. Современные социальные условия информатизации российского общества.
13. Современные культурные условия информатизации российского общества.
14. Роль библиотек в построении образования информационного общества.
15. Программные технологии Интернет-телефонии.
16. Аппаратные технологии Интернет-телефонии.
17. Средства адаптации для работы с текстовыми документами.
18. Средства адаптации для работы с табличными документами.
19. Средства адаптации для подготовки презентаций.
20. Адаптированные документ-камеры. Сканирование документов.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития.
2. Понятие электронного обучения.
3. Зарегистрироваться в Российской Научной электронной библиотеке.

4. Изучить «Руководство пользователя» Российской Научной электронной библиотеки (http://elibrary.ru/manual_elibrary_for_user.pdf).

5. Настроить свой персональный профиль. Изучить работу поисковой системы.

6. Роль сетевых технологий в формировании современной информационной среды.

7. Создание безбарьерной среды с использованием ИКТ в условиях образования учащихся с особыми образовательными потребностями.

8. Интернет курсы.

9. Интернет тестирование.

10. Интернет олимпиады.

11. Использование адаптивных технологий в учебном процессе

12. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние. Рынок адаптивной образовательной информации.

13. Телекоммуникационные технологии: этапы эволюции.

14. Определение понятий «электронная библиотека», «цифровая библиотека», «виртуальная библиотека», «медиатека».

15. Объективные предпосылки создания и этапы развития электронных библиотек.

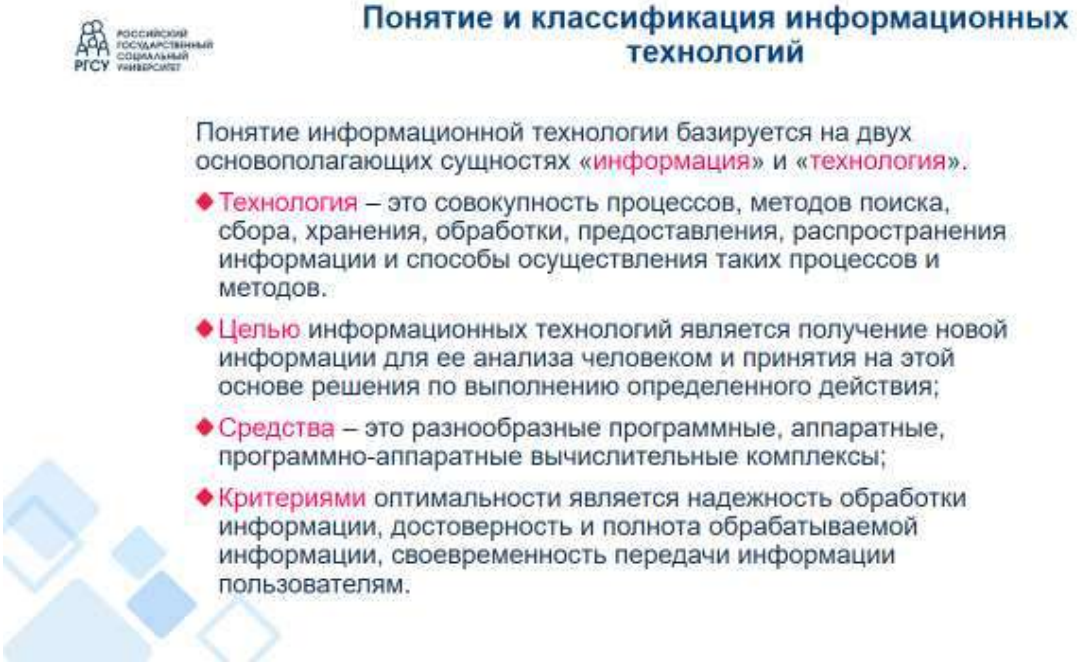
Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Перспективы развития адаптивных информационных технологий.
2. Информационная безопасность и защита информации: определения и генезис.
3. Технологии виртуальной реальности в адаптивных задачах.
4. Технологии дополненной реальности в адаптивных задачах.
5. Адаптивные возможности программных и технических средств презентационных технологий.
6. Технологии распознавания текста и обработки файлов.
7. Системы управления контентом.
8. Обзор практик организации дистанционного обучения.
9. Структура и инструментарий учебного курса в ЭИОС РГСУ.
10. Современные технологии передачи электронной информации в Интернет.
11. Технические средства телекоммуникационных технологий.
12. Программные средства телекоммуникационных технологий.
13. Почтовые клиенты: обзор.
14. Технологии работы с электронной почтой.
15. Рассылка документов средствами офисных программ.
16. Системы электронного документооборота.
17. Назначение и сущность технологии телеконференций.
18. Вебинары. Системы обеспечения и проведения вебинаров.
19. Состав технологических операций при проведении телеконференции в режимах on-line и off-line.
20. Использование систем искусственного интеллекта для развития адаптивных информационных технологий.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Основы современных адаптивных информационных технологий.

Тема 1.1. Особенности современных адаптивных информационных технологий.



Тема 1.2. Использование адаптированной компьютерной техники.

РАЗДЕЛ 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации.

Тема 2.1. Дистанционные образовательные технологии.

Тема 2.2. Технические и программные средства телекоммуникационных технологий.

АДАПТИВНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- признаки интеллектуальных систем адаптивного обучения:
- - возможность создавать автоматизированные процессы, которые сокращают количество ручных процессов обучения;
- - возможность создавать последовательную прогрессию навыков и компетенций;
- - возможность использовать комбинации контрольных, диагностических и формирующих оценок для более оперативной и непрерывной оценки, возможность собирать, вычислять и оценивать данные;
- - способность самоорганизовывать информацию и данные в результате умозаключений для формирования постоянной и устойчивой обратной связи в цикле преподавания и обучения.

АДАПТИВНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- четыре типа и варианта систем адаптивного обучения:

адаптивные системы на основе машинного обучения;

усовершенствованные алгоритмические адаптивные системы;

адаптивные системы на основе правил;

адаптивные системы на основе дерева решений.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОСНОВЫ ВОЕННОЙ ПОДГОТОВКИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

(при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами,

конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;

- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Цели:

- сформировать представление о геополитическом положении России в современном мире;

- раскрыть основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны;

- раскрыть цели, задачи и принципы военно-политической работы;

- сформировать представление о направлениях, формах, средствах и методах военно-политической работы в ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	В последние годы на фоне глобальных перемен и противоречий Россия старается сохранить свои интересы и обеспечить национальную безопасность, одновременно продвигая свои инициативы на международной арене. Россия является одним из главных участников международного сообщества и занимает особое место в современном мире. Разработка новых технологий и научных исследований продолжают быть ключевыми приоритетами страны. В обновлённой Концепции внешней политики Российской Федерации (утверждена Указом Президента России 31 марта 2023 года) расставлены приоритеты для действий России на международной арене в XXI веке.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

Цели:

1 . Рассмотреть правовую систему и военное законодательство Российской Федерации.

2. Сформировать понимание главных положений военной доктрины Российской Федерации.

3. Ознакомиться с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Военная доктрина Российской Федерации представляет собой систему официально принятых в государстве взглядов на подготовку к вооруженной защите и вооруженную защиту Российской Федерации. В Военной доктрине на основе анализа военных опасностей и военных угроз Российской Федерации и интересам ее союзников сформулированы основные положения военной политики и военно-экономического обеспечения обороны государства. Правовую основу Военной доктрины составляют Конституция Российской Федерации, общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации в области обороны, контроля над вооружениями и разоружения, федеральные конституционные законы, федеральные законы, а также нормативные правовые акты Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации. Положения Военной доктрины могут уточняться с изменением характера военных опасностей и военных угроз, задач в области обеспечения обороны и безопасности, а также условий развития РФ.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2	В соответствии с Федеральным законом от 27.05.2003 N 58-ФЗ «О системе государственной службы Российской Федерации»: военная служба - вид федеральной государственной службы, представляющей собой профессиональную служебную деятель-	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	ность граждан на воинских должностях или не на воинских должностях в случаях и на условиях, предусмотренных федеральными законами и (или) нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, в Вооруженных Силах РФ, других войсках, воинских (специальных) формированиях и органах, осуществляющих функции по обеспечению обороны и безопасности государства. Таким гражданам присваиваются воинские звания. В соответствии с Федеральным законом от 28.03.1998 N 53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе»: для военнослужащих устанавливаются военная форма одежды и знаки различия. Военная форма одежды и знаки различия по воинским званиям военнослужащих Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, воинских формирований и органов утверждаются Президентом Российской Федерации.	

РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ

Цели:

1.Ознакомить обучающихся с положениями Устава внутренней службы ВС РФ (УВС) о внутреннем порядке, распределении времени и порядке размещения военнослужащих.

2.Рассмотреть положения УВС о внутреннем наряде, его назначении, составе и обязанностях дежурного и дневального по роте.

3.Формировать сознательное отношение к освоению и выполнению требований Устава внутренней службы ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Общевоинские Уставы ВС РФ определяют: - общие права и обязанности военнослужащих Вооружённых Сил и взаимоотношения между ними, - обязанности основных должностных лиц полка и его подразделений, а также правила внутреннего порядка. Настоящим Уставом руководствуются военнослужащие органов военного управления, воинских частей, кораблей, предприятий, организаций Вооруженных Сил Российской Федерации, в том числе военных профессиональных образовательных организаций, военных образовательных организаций высшего образования Министерства обороны Российской Федерации (далее - воинские части), и лица гражданского персонала, замещающие воинские должности. Положения Устава, в том числе обязанности основных должностных лиц полка и его подразделений, в равной степени относятся к военнослужащим всех воинских частей и подразделений. Обязанности должностных лиц, не указанных в Уставе, определяются соответствующими положениями, наставлениями, инструкциями и руководствами.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 6 Основы тактики общевойсковых подразделений. Общевоинские уставы ВС РФ

Цели:

- Разъяснить обучающимся понятие «Вооруженные Силы Российской Федерации», раскрыть их состав, структуру и задачи, а также законодательные основы их оперативного применения.
- Изложить обучающимся назначение, структуру мотострелковых и танковых подразделений сухопутных войск ВС РФ, их задачи в бою.

- Представить основные образцы вооружения и техники видов и родов войск ВС РФ, изложить их базовые тактико-технические характеристики.

- Изучить сущность современного общевойскового боя, его характеристики и виды.

- Изучить способы ведения современного общевойскового боя и средства вооруженной борьбы.

- Представить обучаемым организацию, основное вооружение, боевую технику подразделений мотопехотного и танкового батальонов армии США и ФРГ.

- Воспитывать у студентов гордость за принадлежность к Российской Федерации и уважение к ее Вооруженным Силам, а также формировать и развивать у них обоснованную и осознанную уверенность в способности подразделений Вооруженных Сил Российской Федерации уничтожать и побеждать вероятного противника на поле боя.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Для Российской Федерации, с ее территориальными просторами и природными богатствами, наличие современных вооруженных сил является жизненно важным фактором обеспечения ее суверенитета и территориальной целостности. Вооруженные силы Российской Федерации (ВС РФ), как важнейший элемент в структуре военной организации государства, ядро вооруженной организации государства, составляющий основу обороны РФ, имеют определяемое федеральным законодательством предназначение, в соответствии с которым на них возлагаются конкретные задачи, реализация которых предусматривается на территории РФ и за ее пределами, как в мирное, так и в военное время, а также в период непосредственной угрозы военного нападения на Российскую Федерацию или ее союзников. Вооруженные Силы РФ состоят из центральных органов военного управления, объединений, соединений, воинских частей и организаций, которые входят в виды и рода войск Вооруженных Сил РФ, в Тыл Вооруженных Сил РФ и в войска, не входящие в виды и рода войск Вооруженных Сил РФ. В настоящее время Вооруженные Силы Российской Федерации структурно состоят из *трех видов ВС*: Сухопутные войска (СВ); Воздушно - космические силы (ВКС); Военно-морской флот (ВМФ); и *двух родов войск ВС*: Ракетные войска стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ); Учитывая, что ВС РФ, наряду с обычным вооружением, оснащены еще и высокоточным оружием большой дальности, а также ядерным оружием межконтинентальной дальности и большой мощности, весь состав Вооруженных Сил РФ *подразделяют* на: ***Стратегические силы сдерживания и Силы общего назначения.*** Сухопутные войска являются самым многочисленным видом Вооруженных Сил и составляют основу группировок войск на стратегических направлениях Основными тактическими подразделениями мотострелковых и танковых частей сухопутных войск выступают мотострелковый батальон (*мсб*) и танковый батальон (*тб*). Указанные батальоны организационно входят в состав мотострелковой/танковой бригады, и, в свою очередь, состоят из мотострелковых/танковых рот и взводов.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2	В настоящее время основными (наиболее распространенными) образцами вооружения и техники в видах и родах войск ВС РФ являются: *Сухопутные войска*:- стрелковое оружие различного назначения; - танки Т-72, Т-80, Т-90; - боевые машины пехоты БМП-1, БМП-2,	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	БМП-3; - бронетранспортёры БТР-70, БТР-80, БТР-90; - бронеавтомобили ГАЗ-2975 «Тигр», - самоходная и буксируемая ствольная артиллерия; - реактивные системы залпового огня БМ-21, БМ-27, БМ-30, ТОС-1;- тактические ракетные комплексы Точка и Искандер;- системы ПВО Бук, Тор, Панцирь-С1, С-300, С-400. *Воздушно-космические силы*: - космические ракеты-носители и РЛС большой дальности; - самолеты различных типов и назначения (стратегические и фронтовые бомбардировщики, истребители, штурмовики, военно-транспортные самолеты, боевые и транспортные вертолеты); - зенитная ракетная система большой дальности С-400 Триумф. *Военно-Морской Флот*: В составе надводных сил: - авианесущий крейсер; - ракетные крейсера; - эскадренные миноносцы - большие противолодочные корабли;- корветы; - морские тральщики и базовые тральщики;- десантные корабли. В составе подводных сил: - многоцелевые торпедные корабли; - подводные ракетоносцы; - ракетные крейсера стратегического назначения. *Ракетные войска стратегического назначения*: подвижные (мобильные) и стационарные (шахтные) ракетные комплексы «Тополь-М», «Ярс», «Стилет» «Воевода». *Воздушно-десантные войска:* Боевая машина десанта БМД-2, БМД-3, БМД-4 Широкое распространение получили, практически во всех видах и родах войск ВС РФ беспилотные летательные аппараты (БПЛА) различного типа и предназначения (ударные, разведывательные, связи,, сопровождения) , основными из которых можно назвать БПЛА «Ланцет» и «Герань-2» Боевая техника и вооружение Российской Армии постоянно совершенствуется и обновляется, появляются новые виды и типы вооружения, в том числе оружие на новых физических принципах (ОНФП). В частности лазерные и высокочастотные электромагнитные комплексы для борьбы с различными высокотехнологичными видами вооружения противника.	
Тема 3	Бой – основная форма боевых действий, представляющая собой согласованные по цели, месту и времени удары, огонь и маневр соединений, воинских частей и подразделений в целях уничтожения (разгрома) противника, отражения его ударов и выполнения других задач в ограниченном районе в течение короткого времени. Составляющие боя включают: Удар – составная часть боя, заключающаяся в одновременном и кратковременном поражении группировок войск и объектов противника путем мощного воздействия на них всеми имеющимися средствами поражения или наступлением войск (удар войсками). Удары могут быть: в зависимости от применяемых средств - ядерные (ракетно-ядерные), огневые (ракетные, ракетно-артиллерийские, авиационные, торпедные) и удары войсками; по количеству участвующих средств и поражаемых объектов - массированные, групповые и одиночные; по времени нанесения - одновременные и последовательные; в зависимости от готовности противоборствующих сторон к применению оружия и его досягаемости - упреждающие, ответно-встречные и ответные. Огонь – поражение противника из различных видов оружия. Маневр – организованное передвижение (перемещение) подразделений на новое направление (рубеж, район) в целях занятия выгодного положения, вывода войск из-под ударов противника, а также перенос, сосредоточение усилий и огня оружием или распределение огня в целях наиболее эффективного поражения целей и объектов противника.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	Маневр осуществляется подразделениями и огнем.	
Тема 5	Наиболее технически оснащенными и тактически подготовленными среди многонациональных вооруженных сил стран участников НАТО эксперты отмечают подразделения армий США и ФРГ. Мотопехотные (*мпб*) и танковые (*тб*) батальоны армий этих стран, а также их штатное вооружение следует рассматривать в качестве наиболее вероятного противника и применяемого им вооружения в тактическом звене в случае вооруженного противостояния на поле боя. *Мотопехотный батальон армии США*: является основным боевым тактическим подразделением бригады, может использоваться для формирования на его базе батальонной тактической группы и выполнять задачу по непосредственному уничтожению противника в различных видах боя (оборона, наступление и др.). Имеет в своем составе боевые и обеспечивающие подразделения на вооружении которых имеются: - 5,56-мм автоматическая винтовка М16А1 (М16А2); - ПТУР «Тоу»; - ПТУР «Джавелин»;- ПТУР «Дракон»; - 120-мм, самоходный миномет; - Боевая машина пехоты (БМП) М2 Брэдли; - Боевая разведывательная машина (БРМ) М3- Брэдли‖. *Танковый батальон армии США* является основным боевым ударным подразделением бригады, может служить базой для развертывания батальонной тактической группы и выполняет основную задачу по непосредственному уничтожению противника в ближнем бою. Танковый батальон используется, главным образом, для ведения стремительных высокоманевренных наступательных действий, для развития успеха, расчленения и уничтожения обороняющихся группировок противника и его преследования. Основным боевым танком *тб* армии США является танк М1 «Абрамс» *Мотопехотный батальон армии ФРГ* считается боевой тактической единицей сухопутных войск, входит в состав мотопехотной бригады и предназначен для ведения различных видов боевых действий: наступления, обороны, сдерживания и др. В его составе предусмотрены боевые подразделения на колесной и гусеничной боевой технике, а также обеспечивающие подразделения. На вооружении *мпб* армии ФРГ имеется: БМП «Мардер-1А3», БТР «Фукс», БРЭМ «Стандарт», ПУ ПТУР «Милан-2», 44-мм РПГ «Лянце», 7,62-мм единый пулемет MG-3, 7,62-мм автоматическая винтовка G-3, 5,56-мм пистолет –пулемет НК53, 9-мм пистолет «Вальтер». *Танковый батальон армии ФРГ:* рассматривается военным командованием в качестве основного подразделения, обеспечивающего главную ударную силу мотопехотных и танковых частей и соединений в различных видах боя. На вооружении *тб* армии Германии состоят танки «Леопард-1» и «Леопард -2» различной модификации.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита

Цели:

- сформировать представление о ядерном, химическом, биологическом, зажигательном видах оружия, а также об оружии, основанном на новых физических принципах;

- раскрыть основные поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения.

- сформировать представление о средствах доставки и способах применения ядерного, химического, биологического и зажигательного видох оружия, сформировавшейся классификация боевых отравляющих веществ

- раскрыть возможности поражающего действия химического, биологического и зажигательного видов оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Изменения, произошедшие в последние годы в международной политической жизни, не привели к укреплению стабильности в мире. Хотя опасность развязывания глобальной войны с широким применением ОМП сведена до минимума, но возросла возможность развязывания и ведения военных действий на региональном уровне, в ходе локальных войн и вооруженных конфликтов различной интенсивности, а также применения различными террористическими группировками радиоактивных, отравляющих веществ и биологических средств. В военных доктринах США и их союзников по блоку НАТО важная роль отводится ОМП - оружию, способному при ограниченном расходе сил и средств наносить массовые поражения живой силе, разрушать вооружение и военную технику и влиять на изменения окружающей среды. Развитие ядерной энергетики, химической и микробиологической промышленности во многих странах мира в последние годы создало реальную угрозу радиоактивного, химического и биологического заражения больших территорий не только в случае применения ОМП, но и при разрушении (авариях) объектов ядерно-технического цикла, химически и биологически опасных объектов. Кроме того, многие страны продолжают искать пути военного превосходства, активными исследованиями в наукоемких областях, модернизируя имеющиеся виды оружия (вооружения) и изобретая новые, в том числе относящиеся по масштабам разрушений и воздействию на личный состав к ОМП. При этом оружие, основанное на новых физических принципах, практически не поддается международному контролю. Все это свидетельствует об особой значимости боевого обеспечения, и как его составляющей - радиационной, химической и биологической защите, направленной на сохранение боеспособности войск и успешное выполнение ими поставленных задач в условиях ведения боя. Очевидно, что преждевременно и недопустимо ослаблять усилия в подготовке войск к действиям в условиях радиоактивного, химического и биологического заражения. Решающим звеном для выполнения боевой задачи в этих условиях будет быстрая, объективная оценка и учет командирами всех степеней радиационной, химической и биологической обстановки, ликвидация в короткие сроки последствий применения противником ядерного и химического оружия. При этом исключительно важное значение будет иметь своевременное и правильное использование вооружения и средств РХБ защиты, в том числе и подразделений специальных войск.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 8. Военная топография

Цели:

– освоение основных теоретических положений картографии и топографии для подготовки к будущей военной службе;

– изучение назначения, классификации и геометрической сущности топографических карт, принципов их разграфки и номенклатуры;

– получение практических навыков в осуществлении основных измерений по топокартам, чтении топокарт, ориентировании на местности по картам и без них;

– формирование определенных навыков в работе с топокартами и соответствующими измерительными инструментами.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Военная топография как военно-научная дисциплина является составной частью военной науки. В своем развитии она наиболее тесно связана с тактикой, теорией и практикой топографического обеспечения боевых действий войск. Содержание военной топографии включает способы изучения и оценки тактических свойств местности, ориентирование на ней по топографическим и специальным картам, а также различные приемы полевых измерений. Знание способов изучения местности, практические навыки в ориентировании на ней в различных условиях, днем и ночью, в условиях ограниченной видимости, способствуют правильному использованию благоприятных свойств местности для достижения успеха в бою, помогает быстро и уверенно ориентироваться и выдерживать заданное направление движения на карте и в ходе боя.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки

Цели:

- сформировать представление об организации медицинского обеспечения войск (сил) ВС РФ в мирное и военное время;

- раскрыть виды ранений и травм на поле боя, а также методы и способы оказания первой помощи;

- сформировать представление о средствах оказания первой медицинской помощи раненым и их эвакуации с поля боя.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	*В 2019 году в Федеральный закон от 31.05.1996 № 61-ФЗ "Об обороне" была введена статья 17.1. Медицинское обеспечение Вооружённых Сил Российской Федерации, других войск, воинских формирований и органов.* Медицинское обеспечение Вооружённых Сил РФ, других войск, воинских формирований и органов осуществляется в соответствии с настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. В соответствии с требованиями данной статьи Министерством обороны РФ формируются перечни государственных услуг, оказание и выполнение которых предусмотрено в целях медицинского обеспечения названных структур в условиях военного времени, ведения военных (боевых) действий, выполнения боевых (учебно-боевых), служебно-боевых (оперативно-служебных) задач в области обороны.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Цели:

- формировать способность адекватного анализа современной военно-политической ситуации в мире;
- формировать понимание многостороннего развития РФ;
- закрепить знание целей и задач военно-политической работы в ВС РФ;
- закрепить знания средств и методов военно-политической работы в ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Современная военно-политическая ситуация в мире. 2. Россия в многополярном мире. 3. Основные направления социально-экономического развития РФ. 4. Основные направления политического развития РФ. 5. Основные направления военно-технического развития РФ. 6. СВО: причины, цели и задачи. 7. Промежуточные результаты СВО. 8. Санкционная политика Запада в отношении России.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Система военно-политической работы в ВС РФ. 2. Цели и задачи военно-политической работы в ВС РФ. 3. Силы и средства военно-политической работы в ВС РФ. 4. Принципы военно-политической работы в ВС РФ. 5. Формы и методы военно-политической работы в ВС РФ. 6. Функции военно-политических органов в ВС РФ.	Дискуссия

РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

Цели:

- рассмотреть правовую систему и военное законодательство Российской Федерации.
- сформировать понимание главных положений военной доктрины Российской Федерации.
- ознакомиться с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Структура военного законодательства Российской Федерации? 2. Федеральные законы «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» - правовая основа организации военной службы. 3. Структура федерального закона «О воинской обязанности военной службы». 4. Понятие и содержание воинской обязанности?	Дискуссия

	5. Понятие военной службы ее виды. Призыв и прохождение военной службы по призыву и по контракту. 6. Исполнение обязанностей военной службы. 7. Обязательная и добровольная подготовка к прохождению военной службы? 8. Приведение к военной присяге граждан России и принятие обязательства иностранными гражданами, поступившими на военную службу в Российской Федерации. 9. Воинские должности. Составы военнослужащих и воинские звания. 10. Обязанности граждан по воинскому учету.	

РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ.

Цели:

- Научить студентов положениям УВС о внутреннем наряде, его назначении, составе и обязанностях дежурного и дневального по роте.

- Научить студентов положениям УГиКС.

- Формировать сознательное отношение к освоению и выполнению требований общевоинских уставов ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Что такое внутренний порядок? 2. Чем достигается внутренний порядок? 3. С какой целью назначается суточный наряд роты? Кто входит в его состав? 4. Кто назначается дежурным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дежурный по роте? 5. Кто назначается дневальным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дневальный по роте? 6. Перечислите обязанности дневального по роте. 7. Что запрещается очередному дневальному? 8. Что должны знать и настойчиво добиваться все лица суточного наряда? 9. Что не имеют права делать лица суточного наряда без разрешения дежурного по полку? 10. Что должен сделать дежурный по роте по прибытии в подразделение командира другой роты?.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. В чем заключаются общие положения Устава гарнизонной и караульной службы. 2. Что называется караулом, его состав, назначение и виды? 3. Чем отличается гарнизонный караул и внутреннего? 4. Кто назначается для охраны и обороны кораблей Военно-Морского Флота и каким нормативным документом определен порядок несения ими караульной службы? 5. Кому подчиняются гарнизонный и внутренний караулы и с какого момента они переходят в подчинение этим должностным лицам? 6. Назовите обязанности часового? 7. Что запрещается часовому? 8. Назовите обязанности разводящего? 9. Чем должен быть вооружен караул и в какой форме одежды	Дискуссия

	должен нести службу? 10. Когда и как производится заряжание и разряжание оружия в карауле?	

РАЗДЕЛ 4. Строевая подготовка.

Цели:

- Научить студентов основным положениям Строевого устава Вооруженных Сил Российской Федерации.

- Научить студентов правильному выполнению строевых приемов на месте и в движении.

- Воспитывать у студентов дисциплинированность, внимательность, слаженность и исполнительность.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Строй и его элементы. 2. Виды строя. 3. Сигналы для управления строем. 4. Команды и порядок их подачи. 5. Обязанности командиров, военнослужащих перед построением и в строю. 6. Строевой расчет. 7. Строевая стойка.	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Выполнение команд: "Становись", "Равняйсь", "Смирно", "Вольно", "Заправиться". 2. Повороты на месте. 3. «Строевой шаг». 4. «Движение одиночным строевым шагом».	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Движение строевым шагом в составе подразделения. 2. Повороты в движении. 3. Движение в составе взвода. 4. Управление подразделением в движении.	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении

РАЗДЕЛ 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия.

Цели:

– изучить назначение, состав и боевые свойства основных образцов стрелкового оружия и гранат Вооруженных Сил России;

– твердо усвоить меры безопасности при обращении с оружием, боеприпасами и ручными осколочными гранатами;

– приобрести начальные навыки обращения с оружием, боеприпасами и ручными осколочными гранатами;

– развивать и воспитывать чувства дисциплинированности, бережного, уважительного и ответственного отношения к оружию, гордости и уверенности в качестве и надёжности российского оружия.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:**	Рассказ, показ, трени-

	1. Назначение и боевые свойства АК-74 и РПК-74. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки АК-74. 3. Основные приемы и правила стрельбы из АК-74.	ровка, состязание.
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства 9-мм пистолета Макарова. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки 9-мм пистолета Макарова. 3. Основные приемы и правила стрельбы из 9-мм пистолета Макарова.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства СВД. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки СВД. 3. Основные приемы и правила стрельбы из СВД.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 4	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства РПГ-7. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки РПГ-7. 3. Основные приемы и правила стрельбы из РПГ-7.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 5	**Примерный перечень вопросов:** 1. Устройство и назначение ручных осколочных гранат. 2. Боевые свойства ручных осколочных гранат. 3. Меры безопасности при обращении с ручными осколочными гранатами. Порядок выполнения упражнений по метанию гранат.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 6	**Примерный перечень вопросов:** 1. Условия и порядок выполнения упражнения учебных стрельб. 2. Правила и меры безопасности при выполнении упражнений учебных стрельб. 3. Практическое выполнение упражнения учебных стрельб.	Контроль знаний и навыков при обращении с оружием и боеприпасами. Состязание.

РАЗДЕЛ 6. Основы тактики общевойсковых подразделений.

Цели:

- Ознакомить студентов с целями, задачами и способами ведения общевойскового боя.

- Ознакомить студентов с целями, задачами, силами и средствами инженерного обеспечения частей и подразделений.

- Рассмотреть назначение, классификацию инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики, а также полевые фортификационные сооружения.

- Воспитывать у студентов гордость за Вооруженные силы РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Сущность и содержание общевойскового боя. 2. Силы и средства вооруженной борьбы в общевойсковом бою. 3. Способы ведения общевойскового боя. 4. Построение сил и средств мотострелковых подразделений. 5. Боевой порядок мотострелкового взвода.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:**	Практическое занятие

	1. Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений. 2. Назначение, классификация инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики. 3. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, укрытия, убежища.	(с использованием визуальных наглядных пособий)

РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита.

Цели:

- изучить задачи и мероприятия РХБ защиты: мероприятия специальной обработки: дегазация, дезактивация, дезинфекция, санитарная обработка.

- уяснить порядок проведения частичной и полной специальной обработки.

- научиться порядку использования средств индивидуальной защиты и их использования, подгонки и их технической проверке.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Средства применения химического оружия. 2. Классификация отравляющих веществ и воздействие на организм человека. 3. Основные виды и поражающее действие биологического оружия. 3. Средства применения зажигательного оружия. 4. Поражающие действия оружия массового поражения на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Цель РХБ защиты и ее основные задачи. 2. Мероприятия специальной обработки: дегазация, дезактивация, дезинфекция, санитарная обработка. 3. Цели и порядок проведения частичной и полной специальной обработки. 4. Технические средства и приборы радиационной, химической и биологической защиты. 5. Средства индивидуальной защиты и порядок их использования.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)

РАЗДЕЛ 8. Военная топография.

Цели:

– получение практических навыков в осуществлении основных измерений по топокартам, чтении топокарт, ориентировании на местности по картам и без них;

– формирование определенных навыков в работе с топокартами и соответствующими измерительными инструментами

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Геометрическая сущность, классификация и назначение топографических карт. 2. Определение географических и прямоугольных координат объектов по карте. 3. Целеуказание по карте.	Практическое решение задач по определению координат объектов и выдаче целеуказания.

РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки.

Цели:

- Изучить нормативные документы, регламентирующие оказание первой помощи военнослужащим, в том числе в условиях ведения боевых действий.

- Получить необходимые установки и рекомендации по оказанию первой помощи военнослужащим в случаях, определенных приказом Минобороны от 09.12.2022 №760

-.Получить навыки оказания первой помощи военнослужащим в соответствии с нормативными требованиями.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Общие правила оказания первой помощи. 2. Алгоритм оказания первой помощи. 3. Сущность оказания первой помощи. 4. Состояния для оказания первой помощи. 5. Первая помощь при ранениях. 6. Первая помощь при механических травмах и переломах костей.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Комплектация аптечек и медицинских комплектов. 2. Тактическая аптечка. 3. Эвакуация раненых с поля боя в тыл.	Демонстрация, разъяснение, тренировка

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Военно-политическая подготовка	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме: Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Цели и задачи военно-политической работы. Средства, формы и методы военно-политической работы в ВС РФ.
Раздел 2. Правовая подготовка	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Военная доктрина РФ. Правовые основы политики России в области ядерного сдерживания
	Самостоятельное изучение материала по теме: Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы
Раздел 3. Общевоинские уставы ВС РФ	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Внутренний порядок и суточный наряд

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы
Раздел 4. Строевая подготовка	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме: Строевые приемы и движение без оружия
Раздел 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме: Основы и правила стрельбы, приемы и способы ведения огня из стрелкового оружия
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Выполнение упражнения учебных стрельб из пневматического и (или) мелкокалиберного оружия
Раздел 6. Основы тактики общевойсковых подразделений	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи.
	Самостоятельное изучение материала по теме: Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ
	Самостоятельное изучение материала по теме: Основы общевойскового боя
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Основы инженерного обеспечения и связи
	Самостоятельное изучение материала по теме: Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника
Раздел 7. Радиационная, химическая и биологическая защита	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Средства, приемы и способы радиационной, химической и биологической защиты
Раздел 8. Военная топография	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте
Раздел 9. Основы военно-медицинской подготовки	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена.
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Первая помощь при ранениях, травмах на поле боя

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Средства оказания первой помощи. Эвакуация раненых.

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Современная военно-политическая ситуация в мире.

2. Россия в многополярном мире.

3. Объективные причины проведения специальной военной операции России на Украине.

4. Шесть волн расширения НАТО на Восток.

5. Санкционная политика Запада в отношении России.

6. Национальные интересы Российской Федерации и стратегические национальные приоритеты.

7. Оборона страны – национальный стратегический приоритет России.

8. Основные направления социально-экономического развития РФ.

9. Основные направления политического развития РФ.

10. Основные направления военно-технического развития РФ.

11. Какие цели в области обороны страны поставлены в Стратегии национальной безопасности для защиты национальных интересов Российской Федерации?

12. Каким путем в рамках реализации военной политики стратегического сдерживания достигаются цели обороны страны?

13. Решению каких задач в рамках достижения целей обороны в Стратегии уделяется особое внимание?

14. Какие традиционные ценности в рамках защиты реализуемых национальных приоритетов определены Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809?

15. Назовите основные направления обеспечения экономической безопасности, определенные Стратегией национальной безопасности Российской Федерации?

16. Система военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

17. Цели и задачи военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

18. Силы и средства военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

19. Принципы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

20. Формы и методы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.

21. Функции военно-политических органов в Вооруженных Силах Российской Федерации.

22. Вопросы военно-политической подготовки в Вооруженных Силах Российской Федерации.

23. Защита традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти один из ключевых национальных приоритетов, реализуемых в соответствии с Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809.

24. Вопросы противодействия информационно-психологическому воздействию противника.

25. Силы и средства информационно-психологических операций, проводимых противником.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Понятие, правовые основы и структура Военной доктрины Российской Федерации?

2. Основные понятия и термины Военной доктрины Российской Федерации?

3. Военные опасности и военные угрозы Российской Федерации?

4. Военная политика Российской Федерации?

5. Основные задачи Российской Федерации по сдерживанию и предотвращению военных конфликтов?

6. Применение Вооруженных Сил, других войск и органов для отражения агрессии?

7. Применение Российской Федерацией высокоточного и ядерного оружия?

8. Государственная политика Российской Федерации в области ядерного сдерживания?

9. Условия, определяющие возможность применения Россией ядерного оружия?

10. Основные задачи Вооруженных Сил, других войск и органов в мирное время.

11. Структура военного законодательства Российской Федерации?

12. Федеральные законы «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» - правовая основа организации военной службы.

13. Структура федерального закона «О воинской обязанности военной службы».

14. Понятие и содержание воинской обязанности?

15. Понятие военной службы ее виды. Призыв и прохождение военной службы по призыву и по контракту.

16. Исполнение обязанностей военной службы.

17. Обязательная и добровольная подготовка к прохождению военной службы?

18. Приведение к военной присяге граждан России и принятие обязательства иностранными гражданами, поступившими на военную службу в Российской Федерации.

19. Воинские должности. Составы военнослужащих и воинские звания.

20. Обязанности граждан по воинскому учету.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Что такое внутренний порядок?
2. Чем достигается внутренний порядок?
3. С какой целью назначается суточный наряд роты? Кто входит в его состав?
4. Кто назначается дежурным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дежурный по роте?
5. Кто назначается дневальным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дневальный по роте?
6. Перечислите обязанности дневального по роте.
7. Что запрещается очередному дневальному?
8. Что должны знать и настойчиво добиваться все лица суточного наряда?
9. Что не имеют права делать лица суточного наряда без разрешения дежурного по полку?
10. Что должен сделать дежурный по роте по прибытии в подразделение командира другой роты?
11. Размещение военнослужащих.
12. Распределение времени и внутренний порядок.
13. Суточный наряд роты, его предназначение, состав.
14. Дневальный, дежурный по роте.
15. Развод суточного наряда.
16. В чем заключаются общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.
17. Что называется караулом, его состав, назначение и виды?
18. Чем отличается гарнизонный караул и внутреннего?
19. Кто назначается для охраны и обороны кораблей Военно-Морского Флота и каким нормативным документом определен порядок несения ими караульной службы?
20. Кому подчиняются гарнизонный и внутренний караулы и с какого момента они переходят в подчинение этим должностным лицам?
21. Назовите обязанности часового.
22. Что запрещается часовому?
23. Назовите обязанности разводящего.
24. Чем должен быть вооружен караул и в какой форме одежды должен нести службу?
25. Когда и как производится заряжание и разряжание оружия в карауле
26. Подготовка караулов.
27. Организация и несение караульной службы.
28. Внутренний порядок в караулах.
29. Охрана караулом объектов с применением технических средств охраны.
30. Участие войск гарнизона в обеспечении режима чрезвычайного положения и в предупреждении и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Что такое строй?
2. Чем такое шеренга и линия машин?
3. Что такое фронт и тыльная сторона строя?
4. Что такое фланг, интервал и дистанция
5. Что такое ряд, ширина строя и глубина строя?

6. Какими могут быть одношереножный и двухшереножный строи?
7. Что такое колонна, какой военнослужащий называется направляющим и замыкающим?
8. Что такое развернутый и походный строй?
9. Обязанности военнослужащих перед построением и в строю?
10. Как осуществляется управление строем?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 5

1. Знание терминов боевых (тактических) характеристик стрелкового оружия и боеприпасов.
2. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств пистолета Макарова (ПМ).
3. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств снайперской винтовки Драгунова (СВД).
4. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств гранатомета РПГ-7В и ручных осколочных гранат.
5. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств автомата АК-74.
6. Требования безопасности при обращении со стрелковым оружием;
7. Требования безопасности при проведении занятий по огневой подготовке.
8. Требования безопасности при неполной разборке и сборке АК-74.
9. Назначение и составные части АК-74.
10. Порядок сборки разборки АК-74.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 6

1. Сущность и содержание общевойскового боя.
2. Силы и средства вооруженной борьбы в общевойсковом бою.
3. Способы ведения общевойскового боя.
4. Построение сил и средств мотострелковых подразделений.
5. Боевой порядок мотострелкового взвода.
6. Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений.
7. Назначение, классификация инженерных боеприпасов и их характеристики.
8. Назначение, классификация инженерных заграждений и их характеристики.
9. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, их маскировка.
10. Полевые фортификационные сооружения: укрытия, убежища.

11. Виды и средства связи, применяемые в подразделениях тактического звена.

12. Порядок оборудования одиночного стрелкового окопа, его элементы и размеры.

13. Приемы выполнения работ при оборудовании окопа для стрельбы лежа и последовательность его расширения для стрельбы с колена и стоя.

14. Современные виды связи, применяемые в Вооруженных силах Российской Федерации.

15. Приемы м методы обеспечения устойчивой, бесперебойной связи в подразделениях тактического звена.

16. Дайте определение понятию «Вооруженные силы Российской Федерации»?

17. Кто, в соответствии с Конституцией осуществляет руководство, а кто управление Вооруженными Силами Российской Федерации?

18. Разъясните предназначение Вооруженных Сил Российской Федерации и назовите основные решаемые ими задачи в мирное время, в период непосредственной угрозы военного нападения на РФ и в военное время?

19. Дайте определение понятию «Вид вооруженных сил» и «Род войск вооруженных сил». Назовите Виды ВС РФ и Рода войск ВСРФ.

20. Раскройте предназначение и общую структуру Сухопутных войск, Военно-Морского флота, Воздушно-космических сил, Ракетных войск стратегического назначения, Воздушно-десантных войск.

21. Назовите образцы вооружения Сухопутных войск и сообщите основные тактико-технические характеристики: автомата Калашникова АК-74, БМП-3, БТР-80, Танка Т-90, Реактивной системы залпового огня БМ-21 «Град».

22. Назовите образцы вооружения Военно-морского флота ВС РФ и сообщите основные тактико-технические характеристики: Тяжелого авианесущего крейсера «Адмирал Флота Советского Союза Кузнецов».

23. Назовите образцы вооружений Воздушно-космических сил и сообщите основные тактико-технические характеристики боевого самолета МИГ-31.

24. Назовите ракетные комплексы стратегического назначения, состоящие на вооружении Ракетных войск стратегического назначения ВС РФ.

25. Назовите тактико-технические характеристики БМД-3.

26. Типовая организационная структура мотопехотного батальона армии США и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП М2 «Брэдли»

27. Танковый батальон армии США, его типовая организационная структура и основное вооружение. Основные тактико-технические характеристики танка М1 «Абрамс»

28. Мотопехотный батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП «Мардер» и БТР «Фукс».

29. Танковый батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики танка «Леопард-2».

30. Назовите преимущества в тактико-технических характеристиках танка Т-90 в сравнении с танком М1 «Абрамс» и «Леопард-2».

Задания для самостоятельной работы к Разделу 7

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 7

1. Ядерное оружие. Средства его применения.
2. Поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения.
3. Химическое оружие. Средства его применения.
4. Отравляющие вещества (ОВ), их назначение, классификация и воздействие на организм человека.
5. Боевые состояния, средства применения, признаки применения ОВ, их стойкость на местности.
6. Биологическое оружие. Основные виды и поражающее действие. Средства применения, внешние признаки применения.
7. Зажигательное оружие. Средства его применения.
8. Поражающие действия зажигательного оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 8

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 8

1. Какую информацию содержат пояснительные подписи на карте?
2. Как изображается рельеф на топографических картах?
3. Какие цвета используются для изображения объектов на топографических картах?
4. Как оформляется лист карты?
5. Способы измерения расстояний по карте.
6. Способы оценки площадей объектов по карте.
7. Как определяют расстояние глазомерно? Какие факторы оказывают влияние на точность глазомерного определения расстояния?
8. Способ измерения расстояния шагами.
9. Как определяется расстояние по времени и скорости движения (по соотношению скоростей звука и света)?
10. Как определяется расстояние на слух?
11. Дать определение ориентирования на местности.
12. Определение сторон горизонта различными способами.
13. Что значит ориентировать карту? Какими способами может быть выполнено ориентирование карты?
14. Как ориентируют карту по компасу (по Полярной звезде)?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 9

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 9

1. Нормативные документы, регламентирующие оказание первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
2. Общие правила оказания первой помощи.
3. Алгоритм оказания первой помощи.

4. Сущность оказания первой помощи.
5. Порядок проведения сердечно-легочной реанимации.
6. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
7. Правила оказания первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
8. Дополнительные мероприятия по оказанию первой помощи, которые проводятся военнослужащими и медицинскими специалистами, прошедшими подготовку по программам подготовки по оказанию первой помощи, утвержденным Министерством обороны Российской Федерации, ФОИВ и (органами), уполномоченными в области управления другими войсками, воинскими формированиями.
9. Первая помощь при ранениях. Особенности проведении мероприятий по оказанию первой помощи раненому на поле боя.
10. Первая помощь при механических травмах и переломах костей.
11. Комплектация аптечек и медицинских комплектов.
12. Тактическая аптечка.
13. Способы эвакуация раненых с поля боя в тыл.
14. Особенности эвакуации раненых военнослужащих в укрытие.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Тема 1.1. Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны

Новая госпрограмма вооружения России

(Утверждена Президентом РФ в январе 2024 г.)

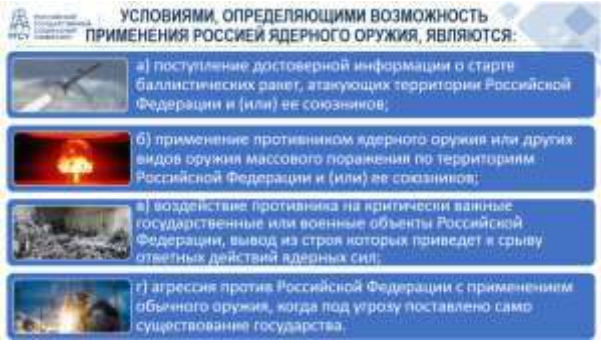
характеристики некоторых видов гиперзвукового оружия

Название	Тип	Скорость, Мах	Дальность, км	Носитель
Авангард	Блок глиссирующего полёта	27	6000	Межконтинентальная баллистическая ракета
Кинжал	Ракета воздух-земля	10	2000	Истребитель МиГ-31
Циркон	Ракета море-земля	9	1000	Корабль или подводная лодка
Буревестник	Крылатая ракета с ядерным двигателем	20	Неограниченная	Наземный пусковой комплекс

Тема 1.2. Цели и задачи военно-политической работы. Средства, формы и методы военно-политической работы в ВС РФ.

РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

Тема 2.1. Военная доктрина РФ. Правовые основы политики России в области ядерного сдерживания

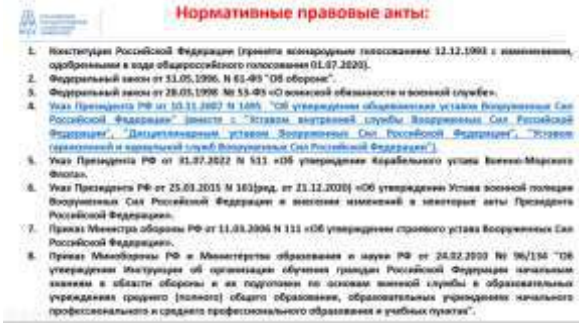


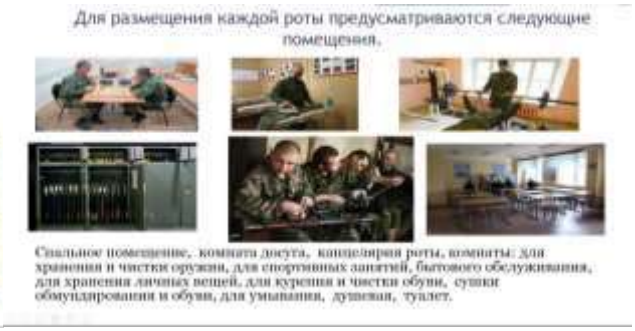
Тема 2.2. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы

РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ

Тема 3.1. Общевоинские уставы Вооружённых Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание.

Тема 3.2. Внутренний порядок и суточный наряд





РАЗДЕЛ 4. Строевая подготовка

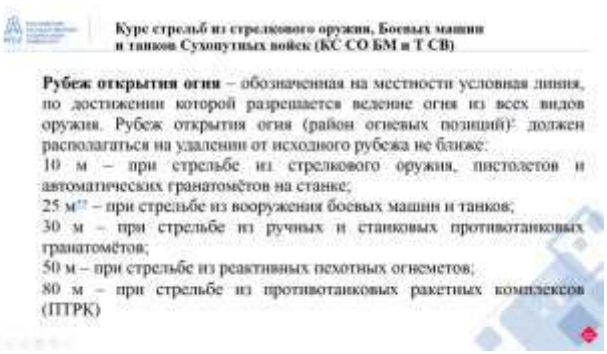
Тема 4.1. Строевые приёмы и движение без оружия

РАЗДЕЛ 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия

Тема 5.1. Основы и правила стрельбы, приёмы и способы ведения огня из стрелкового оружия

Тема 5.2. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат

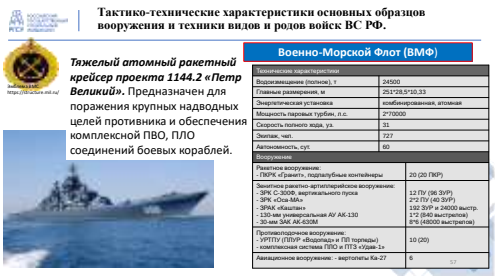
Тема 5.3. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия



РАЗДЕЛ 6. Основы тактики общевойсковых подразделений

Тема 6.1. Вооружённые Силы Российской Федерации их состав и задачи

Тема 6.2. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ



Тема 6.3. Основы общевойскового боя

Тема 6.4. Основы инженерного обеспечения

Тема 6.5. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника

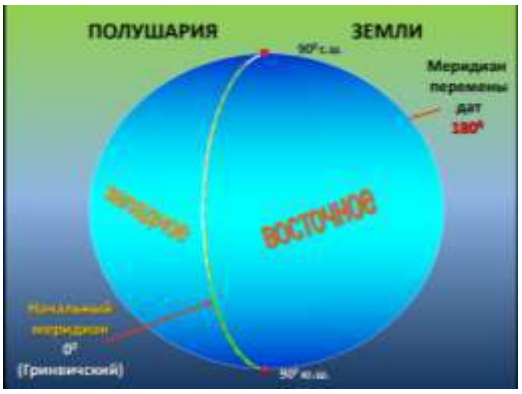
РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита

Тема 7.1. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие

РАЗДЕЛ 8. Военная топография

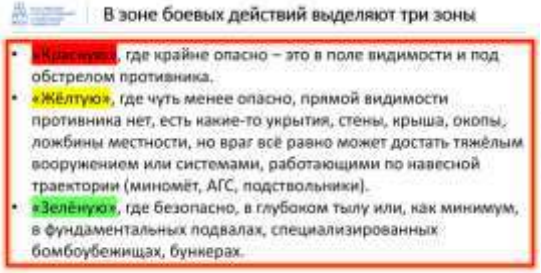
Тема 8.1. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам

Тема 8.2. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказание по карте.



РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки

Тема 9.1. Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ МЕДИЦИНСКИХ ЗНАНИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;

4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования.

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья

Цели занятия: сформировать представление о факторах, определяющих здоровье,

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие «здоровье». Определение здоровья по ВОЗ. Цели и задачи изучения состояния здоровья населения. Уровни здоровья. Здоровье и болезнь. Переходное состояние. Факторы, влияющие на здоровье человека, их соотношение. Образ жизни и виды активности: трудовая, внетрудовая, социальная, культурная, медицинская, экология и здоровье: воздушная среда, водная среда, состояние педосферы, экология жилых и общественных помещений, климатические факторы. Здоровье и наследственность. Биологические и социальные компоненты наследственность человека. Состояние здравоохранения: качество, своевременность, полнота, адекватность, экономичность.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте определение понятиям «здоровье», «переходное состояние», «болезнь».
- Назовите основные компоненты здоровья.
- Какие факторы оказывают влияние на состояние здоровья человека?
- Назовите основные причины неадекватного отношения человека к здоровью.
- Как можно оценить физическое здоровье человека?
- Какие методики используются для оценки психического здоровья человека?
- Назовите показатели социального здоровья человека с позиций личности и общества.

Тема лекционного занятия: **Тема 1.2. Основы здорового образа жизни**

Цели занятия: сформировать представление о здоровом образе жизни, факторах, определяющих здоровый образ жизни.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Здоровый образ жизни (ЗОЖ). Определение. Составляющие ЗОЖ: организация питания, режим труда и отдыха, организация сна, двигательная активность, личная гигиена и закаливание, профилактика вредных привычек, культура сексуального поведения и планирование семьи, культура межличностного общения. Принципы ЗОЖ.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте определение понятию «здоровый образ жизни».
- Укажите биологические и социальные принципы здорового образа жизни.
- Назовите основные составляющие здорового образа жизни, кратко охарактеризуйте компоненты здорового образа жизни.
- Раскройте особенности развития организма 18–25 лет.
- Какие факторы влияют на здоровье студентов?
- Как можно оценить образ жизни человека?
- Назовите причины повышения роли физической культуры в современном обществе.
- Понятие рационального питания.
- Режим питания студентов.
- Перечислите основные пищевые вещества и дайте им характеристику.
- Роль воды в организме человека. Питьевой режим в течение суток.
- Что такое пирамида здорового питания?
- Понятие режима дня и его значение для организма.
- Биоритмологическая организация функций организма человека.
- Изменение функций организма в динамике циркадианного биоритма.
- Изменение умственной работоспособности в течение дня и в течение недели.
- Организация рационального режима дня студентов.
- Сон, его виды и роль для организма.
- Табакокурение. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.
- Употребление алкоголя. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.
- Употребление наркотиков. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.
- Что можно порекомендовать тем, кто хочет избавиться от вредных привычек?
- Основные условия регуляции психоэмоционального состояния студентов и их характеристика.

Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях

Тема лекционного занятия: **Тема 2.1. Предмет, задачи и организация оказания первой помощи**

Цели занятия:

- раскрыть основные положения нормативно-правовых документов и актов, регулирующих оказание первой помощи пострадавшим;
- сформировать понимание основ оказания первой помощи при различных состояниях

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Определение понятия «первая помощь». Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие оказание первой помощи. Перечень состояний, требующих оказания первой помощи. Перечень мероприятий первой помощи и последовательность их выполнения на месте происшествия. Оценка обстановки и обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи на месте происшествия. Правила и порядок осмотра пострадавшего, основные критерии оценки нарушения сознания, дыхания, кровообращения. Определение приоритетности оказания первой помощи.

Взаимодействие с аудиторией:

- Основные правила оказания первой помощи в неотложных ситуациях.
- Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь.

- Мероприятия по оценке обстановки и обеспечению безопасных условий для оказания первой помощи.
- Определение наличия сознания у пострадавшего.
- Мероприятия по восстановлению проходимости дыхательных путей и определению признаков жизни у пострадавшего.
- Мероприятия по проведению сердечно-легочной реанимации до появления признаков жизни.
- Мероприятия по поддержанию проходимости дыхательных путей.
- Мероприятия по обзорному осмотру пострадавшего и временной остановке наружного кровотечения.
- Мероприятия по подробному осмотру пострадавшего в целях выявления признаков травм, отравлений и других состояний, угрожающих его жизни и здоровью, и по оказанию первой помощи в случае выявления указанных состояний.
- Придание пострадавшему оптимального положения тела.
- Контроль состояния пострадавшего (сознание, дыхание, кровообращение) и оказание психологической поддержки.

Тема лекционного занятия: **Тема 2.2. Оказание первой помощи при различных состояниях**

Цели занятия: сформировать представление о мерах безопасности при оказании первой помощи, профилактике ВИЧ-инфекции;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Меры безопасности при оказании первой помощи, профилактика ВИЧ-инфекции.

Назначение, устройство и правила пользования аптечкой индивидуальной, пакетом перевязочным медицинским индивидуальным, сумкой медицинской санитарной.

Назначение, устройство и правила пользования пакетом противохимическим индивидуальным, перевязочным материалом.

Аптечка индивидуальная. Состав, правила пользования. Использование содержимого: для обезболивания, при отравлении фосфороорганическими отравляющими веществами, для профилактики инфекционных заболеваний.

Виды перевязочного материала: марля, бинты, легнин, косынки, индивидуальный перевязочный материал, салфетки.

Понятие о видах транспортировки. Показания к самостоятельной транспортировке пострадавшего. Сопровождение пострадавшего. Средства транспортировки.

Переноска пострадавших одним двумя и более добровольцами. Приемы переноски. Особенности извлечения и перекладывания пострадавших с подозрением на травму позвоночника, таза. Погрузка и размещение пострадавших внутри транспортных средств.

Классификация состояний, угрожающих жизни пострадавших и внезапно заболевших. Характеристика терминальных состояний, клинической смерти. Принципы и методы оказания неотложной доврачебной помощи при терминальных состояниях и клинической смерти. Техника непрямого массажа сердца и искусственного дыхания. Правила пользования роторасширителем, воздуховодом. Особенности реанимационных мероприятий при утоплении и поражении электрическим током.

Классификация острых заболеваний дыхательной системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при бронхиальной астме, воспалении легких, плеврите. Клиническая характеристика коматозных состояний. Клиника и первая помощь при гипер- и гипогликемической коме. Оказание первой помощи при тепловом ударе. Признаки острого нарушения проходимости дыхательных путей.

1. Классификация острых заболеваний сердечнососудистой системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при стенокардии и инфаркте миокарда, гипертоническом кризе, нарушениях сердечного ритма.

2. Классификация аллергических заболеваний. Симптомы аллергических реакций. Первая доврачебная помощь при крапивнице, укусах насекомых. Первая помощь при анафилактическом шоке.

3. Основные свойства АХОВ. Пути попадания АХОВ в организм. Диагностика острых отравлений АХОВ. Первая медицинская и доврачебная помощь при острых отравлениях АХОВ (угарный газ, аммиак, хлор, метан). Лечебные мероприятия у пострадавших: - с химическими поражениями отравляющими веществами; - с острыми отравлениями лекарственными средствами; - с бытовыми отравлениями.

4. Виды травматизма. Характеристика закрытых повреждений мягких тканей. Клиника, диагностика, ушибов, особенности оказания первой доврачебной помощи при ушибах мягких тканей. Симптомы повреждения связочного аппарата и мышц конечностей. Принципы оказания первой доврачебной медицинской помощи при ушибах, закрытых повреждениях связочного аппарата суставов, мышц. Особенности оказания доврачебной медицинской помощи при синдроме длительного сдавления. Классификация повреждений костей и суставов, достоверные и вероятные признаки переломов. Клиническая картина наиболее часто встречающихся травматических вывихов. Доврачебная помощь при подозрении на наличие перелома, вывиха. Показания и средства транспортной иммобилизации. Правила наложения табельных транспортных шин при открытых и закрытых повреждениях конечностей.

5. Классификация ран. Клиническая характеристика колотых, резаных, рубленых, рваных, рвано-размозженных, ушибленных, огнестрельных, укушенных ран. Объем неотложной первой медицинской и доврачебной помощи при ранениях. Общие понятия о раневом процессе. Местные признаки ранних раневых осложнений, пути их профилактики и лечения. Классификация кровотечений. Достоверные и вероятные признаки наружных артериальных, венозных, смешанных, внутриполостных кровотечений. Способы остановки наружных кровотечений. Классификация повязок. Виды мягких повязок, применяющихся в практике. Общие правила бинтования и наложения мягких повязок. Основные виды бинтовых повязок, техника их наложения на голову, туловище, конечности. Правила пользования индивидуальным перевязочным пакетом. Контурные повязки на грудную клетку. Косыночные повязки. Техника наложения косыночных повязок. Использование сетчатого эластичного бинта для фиксации асептических повязок на различные участки тела.

6. Особенности дорожно-транспортных происшествий. Механизмы поражающего действия при дорожно-транспортном происшествии. Нарушение функции жизненно-важных органов и систем при дорожно-транспортных происшествиях. Травматический шок. Фазы травматического шока. Степени тяжести торпидной фазы травматического шока. Клиника травматического шока. Профилактика травматического шока. Использование аптечки автомобильной.

7. Классификация ожогов и отморожений. Способы определения площади глубины термических поражений. Основные клинические признаки периодов ожоговой болезни. Критерии тяжести состояния обожженных. Принципы оказания доврачебной помощи при термических поражениях. Объем первой помощи при ожогах концентрированными растворами кислот и щелочей.

Основные инфекционные заболевания. Правила измерения температуры. Типы температурных кривых. Первая помощь при лихорадочных состояниях. Острые пищевые отравления. Правила промывания желудка. Особенности транспортировки инфекционных больных.

Взаимодействие с аудиторией:

- Первая помощь при кровотечениях и ранениях. Способы остановки кровотечения.
- Виды повязок. Правила и приемы наложения повязок на раны.
- Первая помощь при переломах. Приемы и способы иммобилизации с применением табельных и подручных средств.
- Способы и правила переноски и транспортировки пострадавших.

- Первая помощь при ушибах, вывихах, химических и термических ожогах, отравлениях, отморожениях, обмороке, поражении электрическим током, тепловом и солнечном ударах.
- Правила и техника проведения искусственного дыхания и непрямого массажа сердца.
- Основы ухода за больными.
- Возможный состав домашней медицинской аптечки.

Раздел 3. *Уход за пострадавшими и больными.*

Тема лекционного занятия: **Тема 3.1. Оценка функционального состояния организма человека.**

Цель занятия раскрыть основные общие принципы ухода за пострадавшими и больными;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Определение физиологических показателей организма человека. Измерение температуры. Термометрия и ее способы. Исследование пульса. Измерение артериального давления. Подсчет частоты дыхательных движений.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте характеристику удовлетворительному состоянию пациенту, состоянию средней степени тяжести, тяжелому состоянию.
- Перечислите варианты состояния сознания пациента.
- Перечислите типы телосложения человека, дайте характеристику каждому из них.
- Перечислите виды положений пациента в постели.
- Перечислите характеристики, по которым проводится оценка состояния кожных покровов.
- Что означают такие характеристики цвета кожных покровов, как гиперемия, цианоз, иктеричность?
- Назовите наиболее точные места измерения пульса. Назовите случаи, когда нельзя измерять пульс.
- Показатели артериального давления в норме?
- Показали ЧДД у взрослого в норме?

Тема лекционного занятия: **Тема 3.2. Основы ухода за пострадавшими и больными**

Цель занятия раскрыть основные общие принципы ухода за пострадавшими и больными;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией**:** Общие принципы ухода за пострадавшими и больными. Санитарная обработка. Постельное белье и постельные принадлежности. Кормление. Уход за полостью рта, носом, глазами. Стрижка ногтей.

Особенности ухода при отморожениях, ожогах.

Особенности ухода при носовых кровотечениях, травме лица.

Особенности ухода за больными, находящимися на вытяжении, в гипсовой повязке.

Лекарственные формы. Характеристика способов введения лекарственных средств в организм, их преимущества и недостатки. Составление походной, домашней, автомобильной аптечек. Правила хранения и пользования лекарственными средствами. Десмургия. Правила наложения бинтовых повязок.

Взаимодействие с аудиторией:

- Основы ухода за больными.
- Пролежни. Предупреждение пролежней.
- Правила хранения и пользования лекарственными средствами.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования.

Тема занятия: Тема 1.1 Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья

Формы практических заданий: устный опрос, доклад

Вопросы к обсуждению:

1. Методологические подходы к определению понятия «здоровье».
2. Определение понятия "здоровье", принятое Всемирной организацией здравоохранения.
3. Норма и патология.
4. Здоровье и болезнь. Переходное состояние.
5. Факторы, определяющие здоровье человека, и их значение.
6. Основные компоненты здоровья человека и их характеристика: соматическое, физическое, репродуктивное, психическое, социальное
7. Критерии здоровья.
8. Отношение населения к здоровью.
9. Оценка здоровья.

Темы докладов:

1. Системный подход в решении проблем здоровья.
2. Качество жизни как уровень комфортности человека в обществе.
3. Порядок формирования государственной политики в области охраны здоровья граждан в Российской Федерации.
4. Социальное здоровье населения и национальная безопасность общества.
5. Последствия острых и хронических воздействий ионизирующего излучения на организм человека.
6. Значение ультрафиолетового облучения для человеческого организма.
7. Влияние урбанизации на здоровье человека.
8. Качество питания в сохранении и укреплении здоровья.
9. Адаптация человека к экстремальным факторам внешней среды.
10. Двигательная активность и ее влияние на здоровье.
11. Место образа жизни в структуре причин, обуславливающих современную патологию.
12. Гигиеническое обучение и воспитание населения в формировании здоровья и здорового стиля жизни.
13. Влияние на здоровье психоэмоционального напряжения человека в современном обществе.
14. Сексуальная культура. Факторы риска для здоровья.
15. Роль медицинской активности для индивидуальной профилактики заболеваний.

Тема занятия: **Тема 1.2. Основы здорового образа жизни**

Формы практических заданий: устный опрос, доклад

Вопросы к обсуждению:

1. Основные составляющие здорового образа жизни.
2. Традиционные и нетрадиционные методы оздоровления.
3. Права и ответственность человека за сохранение и укрепление своего здоровья.
4. Социально-гигиенические основы вредных привычек.
5. Профилактика раннего алкоголизма, табакокурения, наркомании и токсикомании.

1. Темы докладов:

1. Основные компоненты здорового образа жизни.
2. Роль закаливания в повышении устойчивости организма к неблагоприятному воздействию факторов среды.
3. Сбалансированное питание как фактор здорового образа жизни.

4. Физическая активность как фактор здорового образа жизни (ЗОЖ).
5. Рациональный режим труда и отдыха.
6. Психологический микроклимат как фактор здорового образа жизни.
7. Роль здоровой семьи как фактор здорового образа жизни
8. Аддиктивное поведение, понятие, причины.
9. Профилактика аддиктивного поведения.
10. Значение гигиенической культуры в формировании ЗОЖ.
11. Вредные привычки и здоровый образ жизни.
12. Алкоголизм. Виды, профилактика.
13. Табакокурение. Курительные смеси, профилактика.
14. Игромания, причины, профилактика.
15. Влияние на организм человека психоактивных веществ и формирование зависимости.
16. Наркотики и злоупотребление психоактивными веществами.
17. Средства физической культуры как фактор оздоровления человека.
18. Медицинский осмотр (обследования) для допуска к занятиям физической культурой и участию в массовых спортивных соревнованиях.
19. Противопоказания для занятия физкультурой и спортом.

Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях

Тема занятия: Тема 2.1 Предмет, задачи и организация оказания первой помощи

Формы практических заданий: устный опрос
Вопросы к обсуждению:

20. Универсальный алгоритм оказания первой помощи
21. Оценка обстановки и обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи на месте происшествия
22. Юридическая безопасность первой помощи
23. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь
24. Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие оказание первой помощи
25. Поощрение за оказание первой помощи
26. Правила и порядок осмотра пострадавшего, основные критерии оценки нарушения сознания, дыхания, кровообращения. определение приоритетности оказания первой помощи

8. Общая последовательность действий на месте происшествия с наличием пострадавших

Тема занятия: Тема 2.2 Оказание первой помощи при различных состояниях

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

1. Мероприятия по оценке обстановки и обеспечению безопасных условий для оказания первой помощи:
- определение угрожающих факторов для собственной жизни и здоровья;
- определение угрожающих факторов для жизни и здоровья пострадавшего;
- устранение угрожающих факторов для жизни и здоровья;
- прекращение действия повреждающих факторов на пострадавшего;
- оценка количества пострадавших;
- извлечение пострадавшего из транспортного средства или других труднодоступных мест;
- перемещение пострадавшего.

2. Мероприятия по восстановлению проходимости дыхательных путей и определению признаков жизни у пострадавшего:

– запрокидывание головы с подъемом подбородка;
– выдвижение нижней челюсти;
– определение наличия дыхания с помощью слуха, зрения и осязания;
– определение наличия кровообращения, проверка пульса на магистральных артериях

3. Мероприятия по проведению сердечно-легочной реанимации до появления признаков жизни:

– давление руками на грудину пострадавшего;
– искусственное дыхание «Рот ко рту»;
– искусственное дыхание «Рот к носу»;
– искусственное дыхание с использованием устройства для искусственного дыхания.

4. Мероприятия по поддержанию проходимости дыхательных путей:

– придание устойчивого бокового положения;
– запрокидывание головы с подъемом подбородка;
– выдвижение нижней челюсти.

5. Мероприятия по обзорному осмотру пострадавшего и временной остановке наружного кровотечения:

– обзорный осмотр пострадавшего на наличие кровотечений;
– пальцевое прижатие артерии;
– наложение жгута;
– максимальное сгибание конечности в суставе;
– прямое давление на рану;
– наложение давящей повязки.

6. Наложение повязок при травмах различных областей тела, в том числе окклюзионной (герметизирующей) при ранении груди;

7. Проведение фиксации (с помощью подручных средств, аутоиммобилизация, с использованием изделий медицинского назначения);

8. Фиксация шейного отдела позвоночника (вручную, подручными средствами, с использованием изделий медицинского назначения);

9. Прекращение воздействия опасных химических веществ на пострадавшего (промывание желудка путем приема воды и вызывания рвоты, удаление с поврежденной поверхности и промывание поврежденной поверхности проточной водой);

10.Местное охлаждение при травмах, термических ожогах и иных воздействиях высоких температур или теплового излучения; Термоизоляция при отморожениях и других эффектах воздействия низких температур.

Раздел 3. *Уход за пострадавшими и больными*

Тема занятия: Тема 3.1 Оценка функционального состояния организма человека

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

- измерения температуры тела
- определения частоты дыхательных движений
- определения пульса и регистрацию показателей
- измерения АД
- измерения роста и массы тела

Тема занятия: Тема 3.2 Основы ухода за пострадавшими и больными

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

- смены нательного белья
- гигиенической помывки
- кормления
- перемещения пострадавшего/больного в постели
- перекладывания (пересаживания) на каталку
- туалета половых органов
- применения грелки
- подачи мочеприемника и судна
- подготовки перевязочных материалов

Продемонстрируйте технику:

- наложение давящей повязки.
- наложение артериального жгута.
- наложение давящей повязки.
- наложение воздухонепроницаемой повязки.
- приема «запрокидывание головы — поднятие подбородка».
- проведения первичной сердечно-легочной реанимации

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования	Подготовка к опросу
	Подготовка доклада
	Самостоятельное изучение материала
Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях	Самостоятельное изучение материала
Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными	Самостоятельное изучение материала

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Среда обитания и факторы риска.
2. Основные факторы, определяющие здоровье.
3. Факторы природной среды (климат, рельеф, флора и фауна местности и др.).
4. Биологические факторы.
5. Психологические факторы.
6. Адаптационные свойства организма, темперамент, конституция.
7. Социально-экономические факторы: социально-экономическое состояние общества, условия жизни, труда, быта и др.
8. Медицинские факторы – состояние здравоохранения, развитие медико-санитарных служб, недостатки в организации медицинской помощи, медицинская активность населения.
9. Виды факторов риска. Значение факторов риска в формировании здоровья.
10. Факторы риска, связанные с урбанизацией и бытовой средой.

11. Генетические факторы риска.
12. Факторы риска, зависящие от образа жизни.
13. Понятие и определение адаптации.
14. Акклиматизация. Понятие и определение.
15. Общие закономерности адаптивного процесса.
16. Механизмы адаптации.
17. Условия, влияющие на адаптацию.
18. Типы адаптаций.
19. Понятие о стрессе как механизме адаптации.
20. Влияние стресса на здоровье человека.
21. Дистресс.
22. Профилактика стресса.

Перечень тем докладов к Разделу 1:

1. Основные компоненты здорового образа жизни.
2. Роль закаливания в повышении устойчивости организма к неблагоприятному воздействию факторов среды.
3. Сбалансированное питание как фактор здорового образа жизни.
4. Физическая активность как фактор здорового образа жизни (ЗОЖ).
5. Рациональный режим труда и отдыха.
6. Психологический микроклимат как фактор здорового образа жизни.
7. Роль здоровой семьи как фактор здорового образа жизни
8. Аддиктивное поведение, понятие, причины.
9. Профилактика аддиктивного поведения.
10. Значение гигиенической культуры в формировании ЗОЖ.
11. Вредные привычки и здоровый образ жизни.
12. Алкоголизм. Виды, профилактика.
13. Табакокурение. Курительные смеси, профилактика.
14. Игромания, причины, профилактика.
15. Влияние на организм человека психоактивных веществ и формирование зависимости.
16. Наркотики и злоупотребление психоактивными веществами.
17. Средства физической культуры как фактор оздоровления человека.
18. Медицинский осмотр (обследования) для допуска к занятиям физической культурой и участию в массовых спортивных соревнованиях.
19. Противопоказания для занятия физкультурой и спортом.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Понятие о смерти и ее этапах.
2. Классификация терминальных состояний и их клинические проявления.
3. Клиническая смерть. Биологическая смерть.
4. Признаки клинической и биологической смерти.
5. Объем и очередность первой помощи при терминальных состояниях.
6. Основные приемы сердечно-легочной реанимации.
7. Сердечно-легочная реанимация.
8. Базовый комплекс реанимационных мероприятий.
9. Удаление инородного тела из дыхательных путей.
10. Искусственное дыхание.
11. Основные правила проведения закрытого массажа сердца.
12. Критерии прекращения СЛР.
13. Этапы сердечно-легочной реанимации.

14. Неотложные состояния при заболеваниях, первая помощь: стенокардия («грудная жаба»); инфаркт миокарда («сердечный приступ»); ишемическая болезнь сердца; гипертонический криз; инсульт; эпилепсия; отравление.

15. Травмы опорно-двигательного аппарата, принципы иммобилизации и транспортировки.

16. Вывих. Признаки, первая помощь.

17. Растяжение. Признаки, первая помощь.

18. Перелом. Признаки перелома. Меры по оказанию первой помощи при переломах.

19. Правила иммобилизации при различных переломах.

20. Профилактика травм опорно-двигательного аппарата.

21. Раны. Классификация ран, их особенности.

22. Раневая инфекция.

23. Пневмоторакс. Виды.

24. Инфицированные раны.

25. Кровотечения: виды, опасности. Классификация кровотечений.

26. Общие признаки кровопотери.

27. Признаки артериального, венозного, смешанного, капиллярного кровотечений.

28. Кровопотеря легкой, средней и тяжелой степеней.

29. Первая помощь при наружных кровотечениях.

30. Кровотечение при переломах.

31. Основные правила десмургии – учения о повязках, их правильном применении и наложении при различных повреждениях и заболеваниях.

32. Повязки, материалы, используемые для наложения повязок.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Общий и специальный уход за больными и пострадавшими.

2. Рекомендуемые средства для ухода за пострадавшими и больными.

3. Специальный уход за больными и пострадавшими в ЧС: пожилого и детского возраста; находящимися в тяжелом состоянии; в период подготовки к операции и послеоперационном периоде.

4. Особенности ухода за больными и пострадавшими в ЧС с повреждением опорно-двигательного аппарата; ожогами и отморожениями; ранениями и травмой головы и груди. Лечебные процедуры и манипуляции: характеристика, назначение.

5. Правила и техника выполнения простейших лечебных процедур и манипуляций.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ЗДОРОВЬЕ И ФАКТОРЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

Сфера влияния	Факторы, укрепляющие здоровье	Факторы риска
Образ жизни 50%	отсутствие вредных привычек	курение, алкоголь, наркотики, токсикомания, злоупотребление лекарствами
	рациональное, сбалансированное питание	Несбалансированное в количественном и качественном отношенияхпитание
	адекватная физическая активность	гиподинамия и гипокинезия, гипердинамия
	здоровый психологический климат в семье и на работе	стрессовые ситуации

	внимательное отношение к своему здоровью	недостаточная медицинская активность
Внешняя среда 20%	Микросреда	
	отсутствие вредных факторов производства	вредные условия труда и обучения
	хорошие материально-бытовые условия	плохие материально-бытовые условия
	оседлый образ жизни	миграционные процессы
	Макросреда	
	благоприятные климатическиеи природные условия	Неблагоприятные климатические и природныеусловия
	экологически чистая среда обитания	загрязнение окружающей среды
Биологические факторы 20%	здоровая наследственность	Наследственная предрасположен-ность и наличие наследственных заболеваний
	отсутствие возрастных, половых и конституциональных особенностей, способствующих возникновению заболевания; достаточные функциональные резервы организма	возрастные, половые, конституцио-нальные особенности, влияющие на возникновение заболевания; низкие резервные возможности организма
Организация медицинской помощи 10%	высокий уровень медицинской помощи	Некачественное медицинское обслуживание

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ ОКАЗАНИЯ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ СОСТОЯНИЯХ

ПЕРЕЧЕНЬ СОСТОЯНИЙ, ПРИ КОТОРЫХ ОКАЗЫВАЕТСЯ ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ, ПЕРЕЧЕНЬ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЕЕ ОКАЗАНИЮ

В соответствии с приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 477н «Об утверждении перечня состояний, при которых оказывается первая помощь и перечня мероприятий по оказанию первой помощи», первая помощь оказывается при следующих состояниях:

1. Отсутствие сознания.
2. Остановка дыхания и кровообращения.
3. Наружные кровотечения.
4. Инородные тела верхних дыхательных путей.
5. Травмы различных областей тела.
6. Ожоги, эффекты воздействия высоких температур, теплового излучения.
7. Отморожение и другие эффекты воздействия низких температур.
8. Отравления.

СПОСОБЫ ИЗВЛЕЧЕНИЯ И ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ПОСТРАДАВШЕГО ИЗ АВТОМОБИЛЯ ИЛИ ТРУДНОДОСТУПНОГО МЕСТА

Прежде всего, убедитесь в собственной безопасности!

Когда нужно извлекать пострадавшего из автомобиля или другого труднодоступного места:

- При наличии угрозы для его жизни и здоровья.
- При невозможности оказания первой помощи в тех условиях, в которых находится пострадавший.

Пострадавший в сознании **Пострадавший без сознания**

При переносе пострадавших нельзя идти «в ногу»!

ПРОСТЕЙШИЕ МЕРЫ ПРОФИЛАКТИКИ ИНФЕКЦИОННЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ, ПЕРЕДАЮЩИХСЯ ПРИ НЕПОСРЕДСТВЕННОМ КОНТАКТЕ С ЧЕЛОВЕКОМ, ЕГО КРОВЬЮ И ДРУГИМИ БИОЛОГИЧЕСКИМИ ЖИДКОСТЯМИ

Для снижения риска заражения при оказании первой помощи следует использовать медицинские перчатки (для защиты рук) и защитные устройства для проведения искусственного дыхания «рот-устройство-рот», находящиеся в аптечках первой помощи. В настоящее время в России производятся устройства для искусственного дыхания различных конструкций. С правилами их использования можно ознакомиться в инструкциях, прилагаемых производителем каждого конкретного устройства.

В состав аптечки для оказания первой помощи работникам входят медицинские 3-слойные маски из нетканого материала, которые применяются для снижения риска инфицирования человека, оказывающего первую помощь.

В случае попадания крови и других биологических жидкостей на кожу следует немедленно смыть их проточной водой, тщательно вымыть руки. При наличии спиртовых антисептические салфеток из бумажного текстилеподобного материала (находятся в аптечке для оказания первой помощи работникам) необходимо обработать кожу с их помощью.

После проведения искусственного дыхания рекомендуется прополоскать рот.

Придание пострадавшему оптимального положения тела

Устойчивое боковое положение.
1. Без сознания.
2. При частой рвоте.
3. В случаях ожогов спины и ягодиц.

Положение на спине с приподнятыми и согнутыми в коленях ногами.
1. При травмах брюшной полости.
2. При большой кровопотере или при подозрении на внутреннее кровотечение.

Положение лягушки с подложенным под колени валиком.
При подозрении на перелом костей таза.

Положение сидя или полусидя.
При травмах грудной клетки.

Положение на спине, на твердой ровной поверхности.
При подозрении на травму позвоночника.

АЛГОРИТМ ПРОВЕДЕНИЯ СЕРДЕЧНО-ЛЕГОЧНОЙ РЕАНИМАЦИИ.

1. СПОСОБЫ ПРОВЕРКИ СОЗНАНИЯ И ДЫХАНИЯ

2.

Для проверки сознания аккуратно потормоши пострадавшего за плечи и спроси: «Что с Вами? Помощь нужна?».

Открой дыхательные пути. Для этого одну руку следует положить на лоб пострадавшего, двумя пальцами другой поднять подбородок и запрокинуть голову. Наклонись щекой и ухом ко рту и носу пострадавшего, смотри на его грудную клетку.

Прислушайся к дыханию, ощути выдыхаемый воздух на своей щеке, установи наличие или отсутствие движений грудной клетки (в течение 10 секунд).

При отсутствии дыхания поручи помощнику вызвать скорую медицинскую помощь: «Человек не дышит. Вызовите скорую помощь. Сообщите мне, что вызвали».

АЛГОРИТМ СЕРДЕЧНО-ЛЕГОЧНОЙ РЕАНИМАЦИИ

ПРОВОДИТСЯ ТОЛЬКО НА ТВЁРДОЙ РОВНОЙ ПОВЕРХНОСТИ!

Положи основание ладони на середину грудной клетки.

Возьми руки в замок. Руки выпрями в локтевых суставах, плечи расположи над пострадавшим так, чтобы давление осуществлялось перпендикулярно плоскости грудины. Давление руками на грудину пострадавшего выполняй весом всего туловища, на глубину 5-6 см с частотой 100-120 в минуту.

Детям до 1 года давление на грудину производится двумя пальцами.

Детям более старшего возраста - одной или двумя руками (пальцы рук берутся в замок).

У взрослых основание ладони одной руки помещается на середину грудной клетки пострадавшего, вторая рука помещается сверху первой, кисти рук берутся в замок

Последовательность проведения искусственного дыхания

Запрокинь голову пострадавшего, положив одну руку на его лоб, приподняв подбородок двумя пальцами другой руки.

Зажми нос пострадавшего двумя пальцами. Сделай свой нормальный вдох, герметично обхватив своими губами рот пострадавшего, и выполни равномерный выдох в его дыхательные пути в течение 1 секунды, наблюдая за подъемом его грудной клетки. На 2 вдоха искусственного дыхания должно быть потрачено не более 10 секунд.

При проведении этого мероприятия рекомендуется использовать устройство для проведения искусственного дыхания «рот-устройство-рот», входящее в состав аптечек.

Чередуй 30 надавливаний на грудину с 2 вдохами искусственного дыхания, независимо от количества человек, проводящих реанимацию.

Сердечно-легочную реанимацию можно прекратить в следующих случаях:
- прибытие бригады скорой медицинской помощи;
- появление у пострадавшего явных признаков жизни;
- невозможность продолжения сердечно-легочной реанимации ввиду физической усталости (необходимо привлечь помощника).

ОКАЗАНИЕ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ ПРИ ПОЛНОМ НАРУШЕНИИ ПРОХОДИМОСТИ ДЫХАТЕЛЬНЫХ ПУТЕЙ ИНОРОДНЫМ ТЕЛОМ

У взрослых.
Встань позади пострадавшего, наклони его вперёд, основанием ладони нанеси 5 резких ударов между лопатками. После каждого удара проверяй – не удалось ли устранить непроходимость.

Если инородное тело не удалено, обхвати пострадавшего руками на уровне верхней части живота. Сожми одну руку в кулак и помести его над пупком большим пальцем к себе. Обхвати кулак другой рукой и резко надави на его живот в направлении внутрь и кверху. Повтори серию надавливаний 5 раз.

У беременных женщин или тучных пострадавших (нельзя или невозможно сделать толчки в живот!)
Начни с ударов между лопатками, надавливания делай на нижнюю часть грудной клетки.

Если пострадавший потерял сознание – начни сердечно-лёгочную реанимацию. При этом следи за возможным появлением инородного тела во рту для того, чтобы своевременно удалить его.

После восстановления дыхания придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

У детей.
Признаки: Ребенок задыхается, не способен говорить, внезапно становится синюшным, может потерять сознание. Положи ребенка на предплечье своей руки, головой вниз, придерживая его голову, нанеси 5 ударов между лопатками.

В случае, если хлопки не помогли, сделай 5 толчков двумя пальцами в нижнюю часть грудной клетки. Повторяй эти мероприятия до тех пор, пока инородный предмет не будет извлечён.

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ ПРИ НАРУЖНОМ КРОВОТЕЧЕНИИ

Убедись, что ни тебе, ни пострадавшему ничто не угрожает. Используй медицинские перчатки для защиты от биологических жидкостей пострадавшего. Переместите пострадавшего (при необходимости).

Проверь у пострадавшего сознание.

Если пострадавший в сознании, быстро (в течение 1-2 секунд) проведи обзорный осмотр для определения сильного наружного кровотечения.

Выполни остановку кровотечения наиболее подходящим способом или их комбинацией.

Способы временной остановки наружного кровотечения

Выполни прямое давление на рану.

Наложи давящую повязку. Закрой рану несколькими сложенными салфетками или несколькими туго свернутыми слоями марлевого бинта. Туго забинтуй сверху. Если повязка промокает, поверх нее наложи еще несколько плотно свернутых салфеток и крепко надави ладонью поверх повязки.

Если давящая повязка и прямое давление на рану неэффективны или сразу было обнаружено артериальное кровотечение из крупной артерии (бедренная, плечевая), выполни пальцевое прижатие артерии. Её следует сильно прижать к кости до остановки кровотечения.

До наложения жгута не отпускай прижатую артерию, чтобы не возобновилось кровотечение. Если начал уставать, попроси кого-либо из присутствующих прижать твои пальцы сверху.

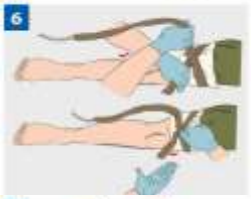
Точки прижатия артерий

1. Сонная
2. Плечевая
3. Подмышечная
4. Бедренная

На конечностях точка прижатия артерии к кости должна быть выше места кровотечения. На шее – ниже раны.

Жгут – крайняя мера временной остановки артериального кровотечения!

Наложи кровоостанавливающий жгут. Он накладывается на мягкую подкладку (элемент одежды пострадавшего) выше раны и как можно ближе к ней.



Подведи жгут под конечность и растяни.

Затяни первый виток жгута и убедись, что кровотечение из раны прекратилось.

Наложи последующие витки жгута с меньшим усилием по восходящей спирали, захватывая предыдущий виток примерно наполовину.

Вложи под жгут записку с указанием даты и точного времени наложения. Не закрывай жгут повязкой или шиной! Максимальное время нахождения жгута на конечности не должно превышать 60 мин. в теплое время года и 30 мин. в холодное.

Эффективно можно остановить наружное кровотечение максимальным сгибанием конечности в суставе. Например, при травме бедра сверток из ткани или несколько бинтов вложи в область паховой складки, нижнюю конечность согни в тазобедренном суставе (притягивая колено к груди) и зафиксируй руками, бинтом или подручными средствами.

При значительной кровопотере уложи пострадавшего с приподнятыми ногами.

Если максимальное время наложения жгута истекло, а медицинская помощь недоступна, сделай следующее:

1. Осуществи пальцевое прижатие артерии выше жгута.
2. Сними жгут на 15 минут.
3. По возможности выполни массаж конечности.
4. Наложи жгут чуть выше предыдущего места наложения (если это возможно).
5. Максимальное время повторного наложения — 15 минут

АЛГОРИТМ ПОДРОБНОГО ОСМОТРА ПОСТРАДАВШЕГО

Подробный осмотр производится с целью выявления признаков травм, отравлений и других состояний, угрожающих жизни и здоровью пострадавшего.

Осмотри голову пострадавшего. Делай это максимально осторожно и аккуратно!

Выполни осмотр шеи пострадавшего.

Внимательно и осторожно осмотри грудь и спину пострадавшего.

Выполни осмотр живота и таза пострадавшего, действуй бережно и внимательно!

Осмотри каждую руку пострадавшего.

Выполни подробный осмотр ног пострадавшего.

При выявлении травм и других состояний, угрожающих жизни и здоровью пострадавшего, выполни соответствующие мероприятия первой помощи.

Первая помощь при травме головы

Останови кровотечение прямым давлением на рану и наложением давящей повязки. Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Контролируй наличие сознания и дыхания.

При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации. Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.
Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Первая помощь при травмах глаз и век

При травмах глаз и век наложи повязку на оба глаза (если не закрывать повязкой оба глаза, то движения здорового глаза будут вызывать движение, боль и дополнительные повреждения в пострадавшем глазу).
Вызови скорую медицинскую помощь.

Передвигаться пострадавший должен только за руку с сопровождающим!

Первая помощь при носовом кровотечении

При носовом кровотечении усади пострадавшего, слегка наклони его голову вперёд. Сожми крылья носа на 15-20 минут. При этом пострадавший должен дышать ртом!

Рекомендуй пострадавшему сплевывать кровь (при попадании крови в желудок может развиться рвота).

Приложи к переносице холод (мокрый платок, снег, лед).

Если кровотечение в течение 15-20 минут не останавливается, вызови скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при травме шеи

Прижми сонную артерию для остановки артериального кровотечения.
При венозном кровотечении выполни прямое давление на рану и наложи давящую повязку.

При подозрении на травму шейного отдела позвоночника (ДТП, падение с высоты, ныряние), если необходимо перемещение пострадавшего, фиксируй его голову и шею вручную предплечьями. При экстренном извлечении пострадавшего фиксируй его шею рукой.

Вызвать (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при ранении грудной клетки

Признаки: кровотечение из раны на грудной клетке с возможным образованием пузырей и подсасыванием воздуха через рану.
При отсутствии в ране инородного предмета прижми ладонь к ране и закрой в нее доступ воздуха. Если рана сквозная, закрой входное и выходное раневые отверстия.

Закрой рану воздухонепроницаемым материалом (герметизируй рану), зафиксируй этот материал повязкой или пластырем.

Придай пострадавшему полусидячее положение с наклоном в пораженную сторону.

При наличии в ране инородного предмета зафиксируй его валиками из бинта, пластырем или повязкой.
Извлекать из раны инородные предметы на месте происшествия запрещается!

Первая помощь при ранении живота

Запрещается вправлять в рану выпавшие внутренние органы.
Пострадавшему запрещено пить и есть! Для утоления чувства жажды – смачивай ему губы.

Вокруг выпавших органов положи валик из марлевых бинтов (защити выпавшие внутренние органы).

Поверх валиков наложи повязку. Не прижимая выпавшие органы, прибинтуй повязку к животу.

Наложи холод на повязку.

Защити пострадавшего от переохлаждения. Укутай теплыми одеялами, одеждой. Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при травмах конечностей

Если предполагается самостоятельная транспортировка пострадавшего – обеспечь неподвижность места переломов костей с помощью шин или подручных средств (ветка, доска), наложенных поверх одежды.

Правила иммобилизации (обездвиживания)

Иммобилизация выполняется с обездвиживанием двух соседних суставов, расположенных выше и ниже места перелома.

В качестве иммобилизующего средства можно использовать шины или плоские узкие предметы: палки, доски, линейки, прутья, фанеру, картон и др. Острые края и углы шин из подручных средств должны быть сглажены, обмотаны бинтом. После наложения шину необходимо зафиксировать бинтами или пластырем. При переломах шину накладывают поверх одежды и обуви.

При открытых переломах нельзя прикладывать шину к местам, где выступают наружу костные отломки.

Шину на всем протяжении (исключая уровень перелома) плотно прикрепить к конечностям бинтом, но не очень туго, чтобы не нарушалось кровообращение. При переломе нижней конечности шины накладывать с двух сторон.

При отсутствии шин или подручных средств поврежденную ногу можно иммобилизировать, прибинтовав ее к здоровой ноге, а руку — к туловищу.

Защити пострадавшего от переохлаждения, дай обильное теплое сладкое питьё.

Первая помощь при термических ожогах

Убедись, что тебе ничего не угрожает. Останови пострадавшего. Уложи его на землю.

Охлади ожоговую поверхность водой в течение 20 минут.

Потуши горящую одежду любым способом (например, накрой человека негорючей тканью).

Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Пузыри не вскрывать. Из раны не удалять посторонние предметы и прилипшую одежду! Наложи на ожоговую поверхность стерильную повязку и холод поверх повязки. Дай обильное питьё.

Первая помощь при тепловом (солнечном) ударе

При появлении признаков теплового (солнечного) удара (повышенная температура тела, влажная бледная кожа, головная боль, тошнота и рвота, головокружение, слабость потеря сознания, судороги, учащенное сердцебиение и дыхание) переведи (перенеси) пострадавшего в прохладное, проветриваемое место (в тень, к открытому окну).

При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации (см. стр. 15-21). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Положи на голову, шею и паховую область смоченные в холодной воде полотенца (салфетки).

При судорогах удерживай голову и туловище пострадавшего, оберегая от травм.

При восстановлении сознания напои пострадавшего прохладной водой.

Первая помощь при отморожениях

Перемести пострадавшего в более теплое помещение.

Укрой поврежденные конечности и участки тела теплоизолирующим материалом (вата, одеяло, одежда). Согревание должно происходить «изнутри» с одновременным восстановлением кровообращения. **Пораженные участки нельзя активно согревать (опускать в горячую воду), растирать, массировать, смазывать чем-либо!**

Укутай пострадавшего в одеяла, при необходимости переодень в сухую одежду.

Дай обильное горячее сладкое питьё. Накорми горячей пищей. **Использование алкоголя запрещено!** Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при общем переохлаждении

Вынеси (выведи) пострадавшего за пределы зоны поражения, обеспечив собственную безопасность.

Занеси пострадавшего в теплое помещение или согрей пострадавшего (укутай пострадавшего теплым одеялом, спасательным покрывалом, одеждой). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Если пострадавший в сознании, дай обильное горячее сладкое питьё. Накорми горячей пищей. **Использование алкоголя запрещено!**

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ ПРИ ОТРАВЛЕНИЯХ

Первая помощь при поступлении токсического вещества через рот

Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь. Выясни обстоятельства происшедшего (в случае лекарственного отравления предъяви упаковку от лекарств прибывшему медицинскому работнику).

Если пострадавший в сознании, обеспечь промывание желудка. Дай пострадавшему большое количество воды (5-6 стаканов) и вызови рвоту, надавив двумя пальцами на корень языка. Общий объем принятой жидкости при промывании желудка должен быть 2,5–5 л. Промывание желудка проводить до «чистых промывных вод».

Если пострадавший без сознания, определи наличие у него самостоятельного дыхания.

При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации (см. стр. 15-21). Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Укутай пострадавшего теплыми одеялами, одеждой.

Первая помощь при поступлении токсического вещества через дыхательные пути

Убедись, что ни тебе, ни пострадавшему ничего не угрожает, вынеси пострадавшего в безопасное место или открой окна, проветри помещение.

Признаки отравления угарным газом: резь в глазах, звон в ушах, головная боль, рвота, потеря сознания, покраснение кожи.

Признаки отравления бытовым газом: тяжесть в голове, головокружение, шум в ушах, рвота, резкая мышечная слабость, усиление сердцебиения, сонливость, потеря сознания, непроизвольное мочеиспускание, побледнение (посинение) кожи, поверхностное дыхание, судороги.

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

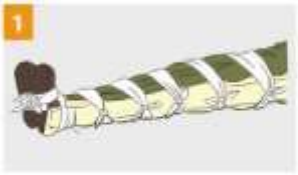
Первая помощь при поражении электрическим током

Обеспечь свою безопасность. По возможности отключи источник тока. При подходе к пострадавшему по земле иди мелкими шагами.

Сбрось с пострадавшего провод сухим, не проводящим ток, предметом (палка, пластик). Оттащи пострадавшего за одежду не менее чем на 10 метров от места касания проводом земли или от оборудования, находящегося под напряжением.*

После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Первая помощь при укусах ядовитых змей



Ограничь подвижность пострадавшей конечности. При укусе ноги прибинтуй ее к другой ноге.

При укусе руки — зафиксируй ее к туловищу в согнутом положении.

Первая помощь при укусах насекомых

При укусе насекомого удали жало из ранки.

Приложи холод к месту укуса. При возникновении аллергической реакции следует обратиться к врачу. Следи за состоянием больного до прибытия медицинского работника.

Первая помощь при поражениях глаз

При химических ожогах глаз или попадании в глаза инородных тел осторожно раздвинь веки пальцами, обильно промой глаза чистой водой (желательно комнатной температуры). Промывать глаза следует так, чтобы вода стекала от носа к виску.

Наложи повязку на оба глаза (если не закрыть повязкой оба глаза, то движения здорового глаза будут вызывать движения и боль в пострадавшем глазу). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь. Передвигаться пострадавший должен только за руку с сопровождающим!

Первая помощь при обмороке

Признаки: бледность, внезапная кратковременная потеря сознания. Придай пострадавшему устойчивое боковое положение, ослабь галстук, расстегни ворот верхней одежды, ослабь брючный ремень, сними обувь, обеспечь доступ свежего воздуха.

Если сознание не восстанавливается более 3-5 минут, вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

В любом случае следует обратиться к врачу для обследования и определения причины обморока.

Первая помощь при сердечном приступе

Первая помощь при подозрении на инсульт

РАЗДЕЛ 3. УХОД ЗА ПОСТРАДАВШИМИ И БОЛЬНЫМИ

Кормление тяжелобольных пациентов в постели ложкой

Кормление.

- ✓ Проверить t горячей пищи, капнув несколько капель себе на тыльную поверхность кисти.
- ✓ Предложить выпить (лучше через трубочку) несколько глотков жидкости.
- ✓ Кормить медленно:
  - называть каждое блюдо, предлагаемое пациенту;
  - наполнять ложку на 2/3 твердой (мягкой) пищей;
  - коснуться ложкой нижней губы, чтобы пациент открыл рот;
  - приноситься ложкой к языку и извлечь пустую ложку;
  - дать время прожевать и проглотить пищу;
  - предлагать питье после нескольких ложек пищи.
- ✓ Вытирать (при необходимости) губы салфеткой.
- ✓ Предложить пациенту прополоскать рот водой после еды.

Завершение кормления:

- ✓ Убрать после еды посуду и остатки пищи.
- ✓ Вымыть руки.

Кормление тяжелобольных пациентов с помощью поильника

Кормление:

- ✓ Переместить пациента набок или, в положение Фаулера (если позволит его состояние).
- ✓ Прикрыть шею и грудь пациента салфеткой.
- ✓ Кормить пациента из поильника небольшими порциями (глотками).

Окончание кормления:

- ✓ Дать прополоскать рот водой после кормления.
- ✓ Убрать салфетку с пациента.
- ✓ Помочь пациенту занять удобное положение.
- ✓ Убрать остатки пищи. Вымыть руки.

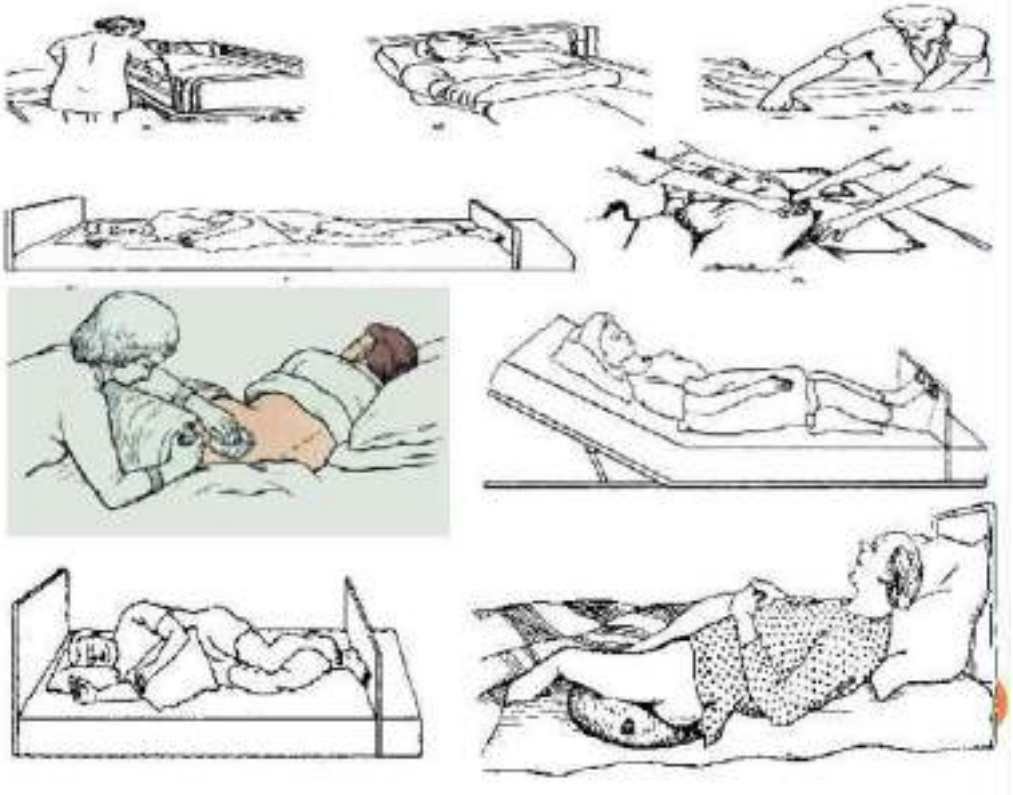
Примечание: *В течение всей процедуры кормления пища должна быть теплой и выглядеть аппетитной.*

Смена нательного белья

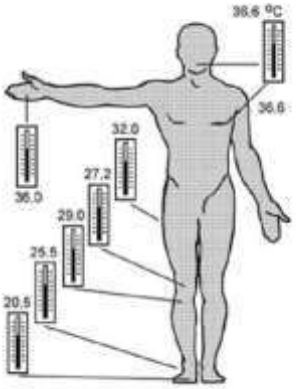
- Правой рукой поддерживают голову пациента за затылок, а левой рукой, захватив собранную на спине рубашку, аккуратно ее снимают, не касаясь грязной рубашкой лица пациента.
- Опускают голову пациента на подушку.
- Освобождают руки из рукавов: сначала здоровую, потом больную.
- Надеть чистую рубашку на тяжелобольного можно, выполняя все действия точно в обратной последовательности, т.е. собрав чистую рубашку по спине, надеть рукав на больную руку, затем на здоровую; сложить руки на груди и, поддерживая правой рукой голову пациента, левой рукой надеть рубашку через отверстие горловины на голову больного, расправить рубашку дома.

Смена постельного белья

ПРОФИЛАКТИКА ПРОЛЕЖНЕЙ



Подача судна, мочеприемника тяжелобольному



Термометрия тела человека

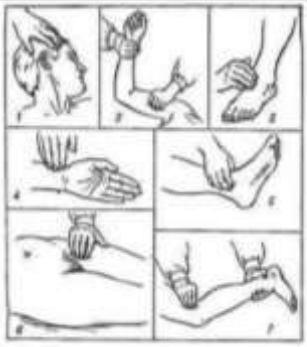
Измерение температуры тела (термометрия)

Измерение температуры тела проводится, как правило, дважды в день: утром в 7-8 ч и вечером в 17-18 ч. Следует отметить, что температура тела минимальная рано утром (между 3 и 6 ч), а максимальная - во второй половине дня (между 17 и 21 ч).

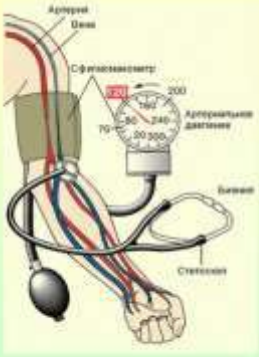
Чаще всего термометрию проводят в подмышечной впадине, реже в паховой складке (у детей).

В областях, используемых для измерения температуры тела, не должно быть воспалительного процесса, так как последний даёт местное повышение температуры.

Методика измерения пульса на различных артериях



1 — височной;
2 — плечевой;
3 — тыльной артерии стопы;
4 — лучевой;
5 — задней большеберцовой;
6 — бедренной;
7 — подколенной.



- **Прибор надевают на руку; давление в нём увеличивают примерно до 200 миллиметров ртутного столба.**
- **Затем из сфигмоманометра медленно выпускают воздух, непрерывно прослушивая пульс.**
- **Таким образом последовательно находят сначала артериальное давление, а затем венозное.**

Давление крови измеряется сфигмоманометром (тонометром)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ЛИЦ С ОВЗ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья	
Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства	Ситуация с инклюзией за рубежом и в России. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Эволюция отношения государства и общества к лицам с ОВЗ. Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Качество жизни лиц с особыми потребностями. Содержание здоровьесберегающих технологий. Основные понятия адаптации и реабилитации как технологий здоровьясбережения. Рекреационные услуги для лиц с ОВЗ. Природа как основа туристско-рекреационных услуг с ОВЗ.

Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ	Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях. Международные практики оказания услуг лицам с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства. Основные понятия, роль и значение социального туризма. Субъекты, обеспечивающие возможность услуг социального туризма. Основные понятия и определения туризма для людей с ОВЗ. Понятие комфортных условий для путешествий туристов-инвалидов. Лица с нарушениями слуха. Жестовая и дактильная речь людей с нарушением слуха, особенности, правовые аспекты и этикет общения через переводчика. Особенности письменной речи глухих и слабослышащих; дактильная речь слепоглухих. Лица с нарушениями зрения. Использование тифлосредств при письменной коммуникации и коммуникации через интернет людьми с нарушением зрения. Особенности устной речи при дизартрии у лиц с ДЦП и другими неврологическими заболеваниями. Лица с нарушениями речи. Особенности устной речи при наличии трахеостомы. Оказание услуг лицам с задержкой психического развития, лица с умственной отсталостью, лицам со сложными нарушениями развития, лицам с ранним детским аутизмом, лицам с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов.
РАЗДЕЛ 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства	
Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве	Понятие доступной среды. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды. Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства. Федеральная целевая государственная программа «Доступная среда» на 2011-2020 гг.

Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма	Технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Обеспечение доступности для лиц с ОВЗ пользования транспортом, услугами предприятий и организаций в сфере туризма и гостеприимства, услугами объектов общественного питания. Паспорт доступности.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они5 предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес»,

КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный

обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Всемирная программа действий в отношении инвалидов. Основные принципы Конвенции ООН о правах инвалидов.
2. Международные и отечественные правовые нормы о защите прав инвалидов.
3. Прогрессивные формы общения. Инвалидность как социальный феномен.
4. Система социального туризма в России.
5. Стратегии разрешения проблем инвалидов и их взаимосвязь с успешностью реабилитации.

Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

Вопросы для самоподготовки:

1. Основы этики общения с инвалидами
2. Технологии работы с инвалидами в сфере услуг.
3. Специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.
4. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов (СКРИ)
5. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ

РАЗДЕЛ 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

Вопросы для самоподготовки:

1.Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.
2. Федеральная целевая государственная программа «Доступная среда» на 2011-2020 гг.
3. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
4. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.
5. Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.

Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

Вопросы для самоподготовки:

1.Нормы и правила установки знаков доступности.

2.Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями.

3.Исследование и оценка готовности инфраструктуры для организации специальных туристских программ.

4.Средства устройство навигации, информирования для лиц с особыми потребностями (звуковые, тактильные, визуальные) – нормативный, технологический и дизайнерский подход.

5.Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства.

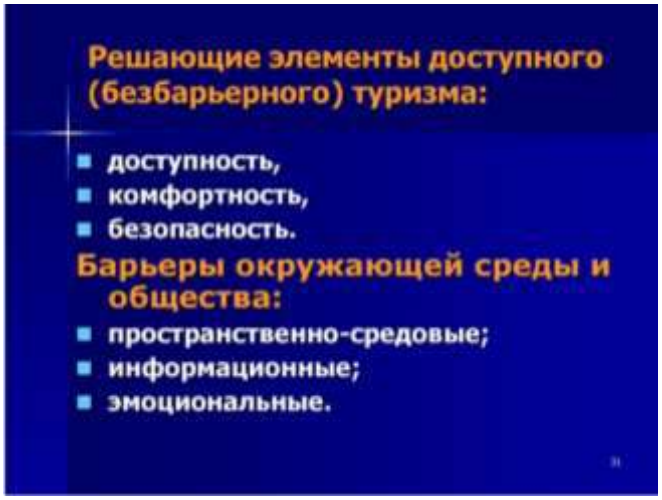
Источник: https://ppt-online.org/463769

Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

Источник: https://prezi.com/didvpaacpjcv/presentation/

РАЗДЕЛ 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве



Источник: https://ppt-online.org/495365

Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

Источник: https://ppt-online.org/463769

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам

помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при

необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических

занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина.

Организация обслуживания лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве.

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

Раздел 1 Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.1 Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

-сформировать представление о правилах обслуживания потребителей услуг сферы туризма и гостеприимства, в том числе лиц с ОВЗ

- сформировать представление о безопасности обслуживания потребителей туристских услуг

-изучить требования охраны труда и техники безопасности в подразделениях предприятий гостиничной и туристической деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

На сегодняшний день общество обращает свое внимание на создание доступной среды для лиц с ограниченными возможностями. Согласно статистике ООН в мире насчитывается свыше одного миллиарда инвалидов, что составляет примерно 15% населения. По данным Росстата, на 1 января 2017 года общая численность инвалидов в России составляет 12,6 миллиона 13 человек, в том числе инвалиды I группы – 1,3 миллиона), инвалиды II группы – 6,3 миллиона, инвалиды III группы – 4,6 миллиона, детей-инвалидов – 636 тысяч человек. Услуги, которые оказываются людям с ограничениями в здоровье, должны соответствовать федеральным законам и нормативноправовым документам. В зависимости от физического состояния туристов с ограниченными физическими возможностями потребителей туристского продукта подразделяют на категории: – туристы 1-й категории: туристы с ограниченными физическими возможностями передвижения; – туристы 2-й категории: туристы с ограниченными возможностями восприятия окружающего мира, с нарушениями зрения и слуха; – туристы 3-й категории: туристы-инвалиды по общему заболеванию и по другим видам заболеваний, не включенным в 1-ю и 2-ю категории [7]. Инвалидность выражается в виде феномена, который присутствует в каждом обществе. Существует достаточно много формулировок касающихся инвалидности. В переводе с латинского «invalidus» – бессильный, слабый. В» – бессильный, слабый. В Российском обществе употребление этого слова начинается во времена Петра I, когда речь шла о военнослужащих, которые получили ранения, заболевания вследствие военной службы и не могли продолжать ее. В Западной Европе данный термин имел такое же значение. Развитие военных конфликтов подвергало мирное население опасностям, в результате чего со второй половины XIX века термин начинает распространятся на штатских лиц, которые стали жертвами войны. Позже, после Второй мировой войны, понятие «инвалид» формируется и относится уже ко всем лицам, которые имеют физические, психологические, а также интеллектуальные ограничения жизнедеятельности. Согласно Федеральному Закону от 24.11.95 №181–ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской федерации» инвалидность – это социальная недостаточность вследствие нарушения здоровья со стойким расстройством функций организма, приводящая к ограничению жизнедеятельности и необходимости социальной защиты. С инвалидностью 14 также связаны основные определения, которые прописаны в ГОСТ Р 53998– 2010 «Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями»: – люди с ограниченными физическими возможностями – инвалиды и другие маломобильные группы населения; – инвалид – это лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, в том числе с поражением опорнодвигательного аппарата, недостатками зрения и дефектами слуха, а также имеющее общее заболевание, ограничивающие возможности при совершении туристских путешествий и потреблении туристских услуг; – маломобильные группы населения – это люди, испытывающие затруднения при самостоятельном передвижении, получении необходимой информации, ориентировании в пространстве при совершении туристских путешествий и потреблении туристских услуг; – адаптация – приспособление среды жизнедеятельности (зданий,

сооружений, транспортных средств) и условий предоставления туристских услуг к потребностям маломобильных групп населения [7]. Согласно принятой Генеральной Ассамблеи ООН Конвенции о правах инвалидов от 13 декабря 2006 года к инвалидам относятся лица с устойчивыми физическими, психологическими, интеллектуальными или сенсорными нарушениями, которые при взаимодействии с различными барьерами могут мешать их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими. Исходя из определений законодательства, можно сказать, что инвалидность – это ограничение человека в возможностях, которое не мешает ему активно участвовать в жизни общества. Безусловно, появление физического ограничения влияет на сознание и характер человека, но, не смотря на это, большинство лиц хотят и могут работать. Им хочется узнавать и открывать для себя мир, путешествуя по разным городам и странам, посещать различные экскурсии, гостиничные комплексы, участвовать в различных 15 мероприятиях. Безбарьерная (доступная) среда – элементы окружающей среды, которую могут свободно использовать в равной степени все категории граждан, в том числе люди с физическими и сенсорными нарушениями [27]. Вовлекая таких людей в активную жизнь общества, государство формирует для этого социальную и экономическую политику в отношении инвалидов. Примером этого является разработанная Министерством здравоохранения государственная программа «Доступная среда» 2011-2015 (продлена до 2020 год). Основными задачами данной программы являются: оценка состояния и повышение уровня доступности объектов и услуг для инвалидов и других маломобильных групп населения, устранение социальной разобщенности инвалидов и граждан, не являющихся инвалидами, модернизация государственной системы медико-социальной экспертизы, обеспечение равного доступа инвалидов к реабилитационным услугам. Таким образом, «доступная среда» создает условия для более удобного и безопасного пребывания разных категорий лиц в обществе [2]. Согласно нормативным документам РФ к маломобильным гражданам относятся: – инвалиды с поражением опорно-двигательного аппарата; – инвалиды с нарушением зрения и слуха; – лица преклонного возраста (60 лет и старше); – временно нетрудоспособные; – беременные женщины; – люди с детскими колясками; – дети дошкольного возраста.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Охарактеризуйте клиентов, имеющих особые потребности в туристских услугах.
2. Определите понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах».
3. Определите потребности туристских услуг лиц с ограничением жизнедеятельности.

1. Учебная дисциплина.

Организация обслуживания лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве.

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

Раздел 1 Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.2 Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

3. Цели занятия.

-сформировать представление о правилах обслуживания потребителей услуг сферы туризма и гостеприимства, в том числе лиц с ОВЗ

- сформировать представление о безопасности обслуживания потребителей туристских услуг

-изучить требования охраны труда и техники безопасности в подразделениях предприятий гостиничной и туристической деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Этика общения с инвалидами.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Основные понятия, роль и значение социального туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

В России началом формирования инклюзивного туризма можно считать 1950—1970-е гг. XX в. В этот период времени в СССР были построены первые санатории для пациентов с ограниченной возможностью передвижения на курортах Сергиевских Минеральных Вод (Самарская область), Кавказских Минеральных Вод и в Крыму. Например, с 1974 г. в стране начал функционировать специализированный Санаторий им. Н.Н. Бурденко в городе-курорте Саки, где и по настоящее время осуществляют лечение и реабилитацию граждан с заболеваниями опорно-двигательной системы. Для спинальных больных выполняют свою работу еще три специализированных отделения: на территории санаториев «Анапа» (курорт Анапа), «Лесная поляна» (г. Пятигорск) и в санатории «Тараскуль» (Тюменская область). Помимо этого, также существуют специализированные палаты в санаториях «Вятские увалы», «Эльтон» и др.

Первыми организаторами поездок для граждан с ОВЗ выступали Всесоюзная организация слепых (ВОС) и Всесоюзная организация глухих (ВОГ). Эти общества также организовывали туристские походы выходного дня и лечебно-оздоровительные туры в санатории, приспособленные для безбарьерного перемещения пациентов. После распада СССР развитием инклюзивного туризма вплоть до 2007 г. никто целенаправленно не занимался, и свое возрождение в современной России он начинает именно с этого времени.

По статистическим данным до 70% россиян с инвалидностью хотели бы путешествовать как внутри страны, так и за ее пределами. 30% инвалидов имеют достаточный доход для этого. Однако всего 3% россиян с инвалидностью могут путешествовать самостоятельно, а 7% — путешествуют с помощью родственников.

Согласно исследованию аналитической компании «Well», проведенному в 2020 г., к заявленным потребностям россиян с инвалидностью, от которых во многом зависит выбор туристической дестинации и средства размещения, относятся:

- • специальное питание (43%);
- • гипоаллергенная обстановка (37%);
- • наличие врача и медицинский уход (29%);
- • помощь в передвижении и в сопровождении (8%);
- • особые потребности, связанные с ограничениями возможностей органов чувств (3%).

В целом, на сегодняшний день на туристическом рынке России представлены туристические маршруты для лиц с ограниченными возможностями здоровья, среди которых: «путешествия для инвалидов», «реабилитационный туризм», «туризм слепых», «туризм глухих» и др. Уровень реализации инклюзивного туризма в некоторых регионах и городах России, представлены в табл. 2.1. Как видно из таблицы, наиболее безбарьерная среда развита в городе Сочи, в котором к Зимней Олимпиаде в 2012 г. все олимпийские объекты и средства размещения были введены в строй в соответствии со стандартами доступности сооружений для спорта и отдыха. Также, если обратить внимание на третью колонку таблицы «Виды туризма», то можно сделать вывод, что наиболее доступными объектами для туристов в представленных городах и регионах являются культурно-исторические и познавательные учреждения: музеи, театры, галереи и музейные пространства на открытом воздухе.

В некоторых регионах РФ (Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Самарская область) безбарьерный туризм развивается более активно, чем в других. Причины этого не только богатый ресурсный потенциал, удовлетворяющий основным потребностям туристов с ограниченными возможностями, но и внимание региональных и муниципальных властей к данному вопросу. В основном же развитием инклюзивного туризма в регионах занимаются энтузиасты, как правило, лично знакомые с трудностями реабилитации и социальной интеграции людей с ОВЗ, либо в формате социального туризма.

Например, в Калининградской области для молодых людей с инвалидностью стартовал проект по инклюзивному туризму под названием «Мир без границ». Ребята вместе с родителями путешествуют по самым привлекательным местам региона: поездка в Знаменск, сплав по реке Лаве на байдарках, речная прогулка на водном трамвайчике — «Лаваходе». Также в области в весенние и летние месяцы благодаря Центру развития образовательных и социальных проектов «Аура» реализуется туристическая программа «Путешествия мечты», привлекающая туристов с инвалидностью со всей России. В течение семи дней они[27] посещают музеи, национальный парк «Куршская коса», форт № 11 «Денхофф» и даже казино. Программа включает также прогулки на яхтах и сплав на байдарках по реке, а также другие формы развлечений, по запросу самих туристов. По проекту «Путешествия мечты»,

который реализуется при поддержке министерства социальной политики и министерства по культуре и туризму региона, Калининградскую область уже посетили более 200 человек с инвалидностью.

В Пермской области для детей с ОВЗ работает лагерь «Новый город «Дружный»», в котором проводят различные мероприятия для ребят с более чем 20 диагнозами. Здесь учатся тому, чего нет в школьных программах, и чему не всегда могут научить дома: принимать себя и другого человека как яркую индивидуальность, быть готовыми к вызовам и переменам в жизни, беречь тех, кто рядом, позитивно воспринимать неудачи и стремиться к развитию.

Центр развития туризма Свердловской области с 2018 г. работает над проектом «Инклюзивный туризм». В рамках него уже запущено несколько маршрутов: «Императорский маршрут: inclusive» Екатеринбург — Алапаевск; «Медная столица Урала: inclusive» Екатеринбург — Верхняя Пышма; «Опорный край державы: inclusive» Невьянск — Нижний Тагил; «Европа-Азия: inclusive» Екатеринбург — Первоуральск.

Для жителей и туристов Северного Кавказа при поддержке дагестанского Министерства туризма, труда и молодежи, Всероссийского общества слепых и Всероссийского общества глухих Республики Дагестан, Центра инклюзивного туризма Санкт-Петербурга и нескольких дагестанских туристических фирм разработан туристический маршрут, охватывающий Махачкалу, Дербент, Гунибский район, Судакский каньон, бархан Сары-Кум, село златокузнецов Кубачи и аул гончаров Балхар. Проект включает посещение музыкальных мероприятий и культурных событий. На маршруте установлены специальные сенсоры, и помогают путешественникам специально обученные волонтеры.

В Белгородской области также благодаря энтузиазму отдельных людей и АНО «Без границ» предлагается туристический маршрут для людей с ОВЗ, благодаря которому за два года более чем 500 туристов с инвалидностью выехали на экскурсии по Белгородской области. В 2020 году поездки проходили по проекту «Дорогами добра», который выиграл президентский грант. Обычно группа состоит из 47 человек, программа включает посещение двух-трех туристических объектов, интерактивные развлечения, творческий мастер-класс.

Также АНО «Без границ» в 2021 г. в рамках проекта «Inclusive all» организовало первое инклюзивное путешествие для туристов с инвалидностью в Белгородской области. Туристы посетили музей «Битва за оружие Великой Победы», познакомились с историей Танкового поля и создания знаменитой Звонницы в Прохоровском районе. За лето удалось провести 15 туров по Белгородской области для 700 маломобильных людей и людей с ментальными нарушениями.

Также отметим московскую благотворительную организацию «Аппарель», начавшую работать еще в начале 1990-ых гг., и активно занимающуюся работой с инвалидами и проведением ежегодных туристических слетов, в процессе которых все участники могут, например, участвовать в соревнованиях по стрельбе и дартсу. Обычно в слете принимают участие люди, имеющие вторую группу инвалидности с выраженными нарушениями функций опорно-двигательного аппарата, в результате чего организация разработала даже специальный маршрут, включающий сплав по реке с минимальными пешими переходами.

Благодаря проведению массовых мероприятий в России также осуществляется развитие инклюзивного туризма и безбарьерной среды. Большинство концертов, ярмарок и фестивалей проходит в весенне-летний сезон, что позволяет людям с инвалидностью[28] посещать другие регионы и планировать экскурсии по различным достопримечательностям.

Так, в 2019 г. в Костромской области прошел Первый инклюзивный фестиваль адаптивного туризма. В рамках фестиваля для молодежи, в том числе с ОВЗ, проводились

игры на знакомство и командообразование, конкурс танцев, а также сложные туристические этапы, включающие: постановку палатки, распилку дров, преодоление полосы препятствий.

В 2021 году состоялся Всероссийский инклюзивный Фестиваль «#ЛюдиКакЛюди» в ГМЗ «Царицыно», который объединил сотни людей и организаций, оказывающих помощь детям и взрослым с аутизмом, как государственных, так и общественных. В рамках фестиваля прошла концертная программа с участием детских и профессиональных коллективов, состоялись творческие мастер-классы, выставка художественных работ, лекции, консультации и тренинги специалистов, а также были организованы адаптированные экскурсии в музее и кинопоказ под открытым небом.

Планирование и организация поездок для туристов с инвалидностью важная и трудная задача для турагентов и туроператоров. По оценкам российских туроператоров, сейчас для россиян с ограниченными физическими возможностями доступны все виды и типы отдыха кроме тех, которые предусматривают групповое передвижение на автобусе. Однако, согласно исследованиям, по всей стране существует незначительное количество туристических компаний, специализирующихся на предоставлении туров для инвалидов. Наибольшее количество туристических компаний, предоставляющих туры для людей с ОВЗ находится в Санкт-Петербурге и Москве.

В Москве более 3 тыс. турагентов и туроператоров, из которых только две компании — «Национальный центр туризма для инвалидов «Инватур» и «Агентство ВЕЛЛ» — полностью специализируются на предоставлении услуг людям с инвалидностью. Компания «Инватур» была создана в 2005 г. и организует экскурсии по Москве, Подмосковью, групповые туры в Санкт-Петербург, по Золотому кольцу, а также в Турцию, Грецию, США. В пакет услуг зарубежных туров входит перелет, трансфер, проживание в оборудованном под нужды инвалидов отеле, экскурсионная программа, медицинская страховка. «Агентство ВЕЛЛ» оказывается аналогичные услуги, включая: экскурсионно-просветительские программы, индивидуальные, групповые, Новогодние туры и круизы. При организации туров сотрудники компании учитывают:

особенности организации проживания и питания;
специализированный транспорт;
интересные места и экскурсии и их доступность;
наличие спецудобств;
предоставление сопровождающих;
медицинское сопровождение;
предоставление подготовленных экскурсоводов и сурдопереводчиков.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1.Рассмотрите дискриминирующие факторы к туристам со статодинамическими нарушениями.
2.Нарушение каких основных показателей жизнедеятельности человека характеризует инвалидность?
3.Рассмотрите умение анализировать проблемы клиентов с особыми потребностями, возможности их предотвращения.
4.Используйте основные термины, раскрывающие основы коммуникации при организации своей работы в коллективе

1. Учебная дисциплина.

Организация обслуживания лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве.

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

Раздел 2 Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.1 Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

3. Цели занятия.

- изучить социально-культурные практики работы с лицами с особыми потребностями;
- сформировать представление об особенностях разработки туристского продукта для лиц с ОВЗ.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Процесс создания доступной среды как в России, так и за рубежом сталкивается с рядом проблем, которые связаны с несовершенством нормативно-законодательной базы, нехваткой бюджетных объектов гостеприимства, неприспособленностью городских объектов, недостаточной квалификацией обслуживающего персонала, а также со стереотипным отношением к лицам с инвалидностью. Изучение опыта зарубежных стран по созданию условий для комфортного пребывания лиц с инвалидностью позволило выделить наиболее показательные средства размещения из всего их многообразия. На острове Тенерифе30 (Испания) располагается отель «Mar y Sol», который изначально предназначен и приспособлен для проживания инвалидов-колясочников. В нем созданы следующие условия, позволяющие провести данной категории гостей полноценный отдых: – наличие

полностью адаптированных номеров, ванной комнаты и общественных зон; – предоставление кресел-каталок с электропередачами; – наличие при отеле реабилитационно-терапевтического центра, предлагающего индивидуальные программы оздоровления; – наличие двух больших бассейнов на территории, оборудованных подъемниками для спуска и подъема людей с ограниченными возможностями, у которых дежурит обученный персонал, помогающий пересесть на подъемник и опустить его в воду; – возможность аренды любых необходимых средств для обеспечения комфорта (например, кровати с подъемным механизмом); – служба помощи, работающая 24 часа; – наличие специальных экскурсий для инвалидов-колясочников; – наличие большого спортивного зала, доступного для лиц с инвалидностью; – наличие информационных карт доступности объектов острова для данной категории гостей (пляжи, музеи, магазины, рестораны и т. д.); – наличие на пляже специальных костылей, облегчающих движение по песку, и коляски, позволяющей окунуться в море всем желающим. Еще одним отелем, заслуживающим внимания, является «Royal Atlantis Spa & Resort», расположенный в Турции. Примечательно то, что он оборудован тридцатью номерами для инвалидов-колясочников. В спа-салоне работает специально обученный персонал, который оказывает помощь в процессе переодевания и прохождения процедур. В отеле есть несколько бассейнов, один из которых целенаправленно сделан для лиц с ограниченными физическими возможностями. Он оборудован подъемником для перемещения в воду и пандусом для плавного погружения в бассейн. Здесь также работает персонал, который оказывает всю необходимую помощь. В отеле действует зал для тренировок, оборудованный различными тренажерами, которые подбираются индивидуально для каждого гостя. Западную модель интеграции инвалидов помогает проиллюстрировать отель «Grenzfall», расположенный в Берлине, который не только предлагает удобства лицам с ограниченными физическими возможностями, но и поддерживает трудоустройство персонала с инвалидностью. За такими сотрудниками наблюдают специалисты, которые должны вовремя направить сотрудников, увидеть их скрытые таланты. Одна из преследуемых целей – это адаптация в обществе и формирование самостоятельности. В России найти работу людям с инвалидностью достаточно трудно, поэтому они оказываются в изоляции от внешнего мира. А ведь им важнее именно суметь социализироваться, быть в равных правах с людьми без инвалидности. Хочется отметить работу чиновников Каталонии (Испания), которые проводили активную работу по продвижению курортов, адаптированных для пребывания лиц с ограниченными физическими возможностями, в результате которой Совет по туризму Каталонии был признан членом Европейской ассоциации доступного туризма. Был создан специальный сайт, где можно ознакомиться с информацией относительно приспособленных объектов. Зарубежный опыт вовлечения лиц с инвалидностью в общественную жизнь копился десятилетиями: в Великобритании законодательство об инвалидах существует с 1944 г., а в 1961 г. в США был принят стандарт о доступности зданий для инвалидов. Большие изменения произошли в США после принятия в 1975 г. «Закона об инвалидах», которое спровоцировало движение лиц с инвалидностью против их дискриминации [1]. Создавались специальные бригады строителей, которые ежедневно формировали доступную городскую среду, происходил активный поиск способов налаживания общения людей с инвалидностью с людьми без инвалидности. В России первые санатории для лиц с ограниченными физическими возможностями появились в 1950-70-е гг. прошлого столетия. Тогда организатором услуг туризма выступали всесоюзные организации слепых и глухих. Они предлагали туристические походы выходного дня и лечебно-оздоровительные туры в соответствующие санатории. В настоящее время эти организации переименованы. Создано Всероссийское общество инвалидов (далее – ВОИ). Один из санаториев был открыт в 1947 г. на курорте Сергиевские минеральные воды [2]. Через год открылось специализированное спинальное отделение на курорте Саки. В 1974 г. в Саках был построен санаторий, предназначенный для лечения больных с последствиями травм позвоночника и заболеваниями спинного мозга. Важно отметить, что его открытие способствовало произошедшим изменения в инфраструктуре города: подъезды были оборудованы пандусами, а в парковой зоне были проложены широкие аллеи. Несмотря на

то, что история распространения доступного туризма началась давно, Россия находится на начальной стадии его развития. Особую приоритетность и распространение он получил лишь в последние десятилетия. В частности, отмечаются преобразования объектов гостеприимства. Так, в Санкт-Петербурге открылся мини-отель на восемь комнат (семь комнат по два места и одна комната на одно место) специально для лиц с инвалидностью, которые любят путешествовать и должны иметь возможность для этого. Его создатель отмечает, что такие гости составляют значительный сегмент рынка. Задачей данного проекта является привлечение внимания к проблеме не только общественности, но и бизнеса в сфере гостеприимства. Помещение включает в себя зону для проведения семинаров с необходимым оборудованием, что позволяет устраивать встречи с коллегами из разных регионов России и из других стран, обсуждать проблемы создания доступной среды, вести социальную работу. Важно, что при разработке внутренней планировки помещения учитывались советы потенциальных клиентов. Ими же были протестированы дорогостоящие спальные места. В России есть гостиницы, которые предоставляют номера для лиц с ограниченными физическими возможностями, но, как правило, они не являются бюджетным вариантом. Более того, таких номеров на весь отель приходится не так много (обычно 1-2). Мини-отель в Санкт-Петербурге отличает социальная и минимально возможная стоимость, так как четко прослеживается граница между коммерческим и социальным бизнесом, а общая вместимость составляет до 15 человек.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

2. Федеральная целевая государственная программа «Доступная среда» на 2011-2020 гг.

3. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.

4. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.

5. Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.

1. Учебная дисциплина.

Организация обслуживания лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве.

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

Раздел 2 Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.2 Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

3. Цели занятия.

- изучить социально-культурные практики работы с лицами с особыми потребностями;
- сформировать представление об особенностях разработки туристского продукта для лиц с ОВЗ.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.	Информационная лекция

		Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Обеспечение доступности для лиц с ОВЗ пользования транспортом, услугами предприятий и организаций в сфере туризма и гостеприимства, услугами объектов общественного питания.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Паспорт доступности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Еще на стадии проектирования необходимо учитывать потребности людей с ограниченными физическими возможностями, следуя обновленным нормативно-правовым актам. Особое значение имеют следующие документы [4]. 1. СП 257. 1325800. 2016 «Здания гостиниц. Правила проектирования». 2. СП 59. 13330. 2016 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения». 3. СП 35-101-2001 «Проектирование зданий и сооружений с учетом доступности для маломобильных групп населения. Общие положения». 4. СП 31-102-99 «Требования доступности общественных зданий и сооружений для инвалидов и других маломобильных посетителей». 5. СП 35-103-2001 «Общественные здания и сооружения, доступные маломобильным посетителям». 6. СП 35-102-2001 «Жилая среда с планировочными элементами, доступными инвалидам». В перечисленных документах находит отражение принцип универсального дизайна, разработанный архитектором-колясочником Р. Мейсом. Основная идея заключается в том, чтобы создать среду, в которой будут комфортно чувствовать все категории населения. Предложены следующие принципы: справедливого использования всеми категориями потребителей; гибкости в использовании; интуитивности в использовании; ощутимости информации; толерантности к случайным и непреднамеренным действиям; минимальных физических усилий; доступности и универсальности использования (независимо от размера, положения или мобильности пользователя) [2]. Учитывая их при проектировании и создании обстановки, предметов, услуг, можно создать среду, в которой комфортно будут себя ощущать все категории населения. Средства размещения должны иметь следующие основные удобства для лиц с ограниченными физическими возможностями: – широкий дверной проем (не менее 0,9 м); – зона около кровати, позволяющая разворачивать инвалидное кресло на 360 градусов; – достаточное пространство для пересадки на кровать; – дверь в номер оборудована двумя глазками (на уровне стоящего человека и на уровне сидячего человека); – более низкое расположение дверных замков, выключателей, розеток, вешалок для одежды в шкафах, дополнительного33 одеяла (на уровне 1,0-1,2 м); – отсутствие порожков в дверных проемах; – оборудованные ванная и туалетная комнаты (доступный душ; поручни в санузлах, обеспечивающие переход в ванну и на сиденье унитаза; незакрепленные и расположенные на уровне сидячего

человека санитарно-гигиенические принадлежности; раковина, расположенная ниже обычной; поручни на стенах; кнопка экстренного вызова); – наличие кнопки экстренного вызова и непосредственно в самом номере; – углы комнаты оборудованы защитными панелями; – магнитный стопор, позволяющий фиксировать двери в открытом состоянии; – наличие изогнутого письменного стола, специального оборудования для перехода с инвалидного кресла на кровать, переносного телефона, телевизора на вращающейся панели и др. [3]. Рассматривая общественные места, следует отметить, что они также должны иметь некоторые удобства: – входная зона в отель оборудована пандусом, ширина которого составляет 1,0-1,1 м, а угол наклона составляет не более 30-35 градусов); – для слепых и слабовидящих людей в лифте предусмотрены обозначения шрифтом Брайля; – лифт обладает более низким расположением кнопок на панели; – выделено место для парковки автомобилей инвалидов-колясочников; – отсутствие порогов и бордюров на пути следования и наличие специальных перил и поручней; – противоскользящее покрытие на ступенях и в ванной и др. [3]. Мониторинг российских отелей позволяет сделать вывод, что не все соблюдают данные требования. Например, некоторые не имеют возможности обеспечить необходимые условия, так как это не учитывалось при проектировании. Несмотря на это, нужно находить способы удовлетворять потребности гостей. Другие отели не задумываются о мелких деталях (например, о переносном телефоне с нанесением шрифта Брайля), что препятствует полноценному пользованию услугами отеля и портит общее впечатление о нем. Также не учитывается тот факт, что существуют не только ограничения в подвижности, но и другие формы инвалидности. Изучение государственной ответственности позволяет отметить значимое событие, заключающееся в ратификации Россией Конвенции ООН о правах инвалидов. Участвующие государства должны способствовать становлению доступной инфраструктуры и вести борьбу с дискриминацией лиц с инвалидностью, сложившимися стереотипами и предрассудками, обеспечивая полную и равную реализацию основных прав и свобод человека, в том числе право на отдых и интересные путешествия. Это присоединение выступает показателем готовности страны формировать условия для развития доступного туризма, которые бы соблюдали международные стандарты прав лиц с ограниченными физическими возможностями. Нормы российского законодательства должны приводиться в соответствие с международными. Так, важным шагом в решении проблемы социальной интеграции является принятие в 2011 г. программы «Доступная среда», которая была продлена до 2020 г. Ее основная цель заключается в том, чтобы обеспечить людям с инвалидностью беспрепятственный доступ к любому объекту и к любой услуге в той или иной сфере (здравоохранение, транспорт, культура, образование, спорт и физическая культура, туризм и др.). Принятие данной программы вызвало необходимость внесения изменений в законодательную базу с целью ее совершенствования. Был подписан Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» который установил требования к доступности объектов и услуг. Есть и другие нормативно-правовые акты, закрепляющие требования по созданию условий для лиц с ограниченными физическими возможностями с целью их беспрепятственного доступа к тем или иным объектом инфраструктуры и услугам: – Градостроительный кодекс Российской Федерации; – Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» № 181-ФЗ от 24.11.1995 г.; – Федеральный закон «О физической культуре и спорте Российской Федерации» № 329-ФЗ от 04.12.2007 г.; – Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» № 384-ФЗ от 30.12.2009 г. Но доступна должна быть вся цепочка услуг: не только средства размещения, но и транспорт, информация, объекты досуга и развлечения, общественные учреждения. В России можно наблюдать фрагментарную среду открытости для лиц с инвалидностью, эпизодические вкрапления ее элементов. Необходимо внедрять34 опыт Европы и США, которые следуют принципу непрерывности безбарьерной среды, выражающемуся в том, что человек может не только комфортно пребывать в гостинице, но и также беспрепятственно добраться как до нее, так и до любых других необходимых

объектов (аптека, банк, музей и т. д.). Также важно реализовывать аудио- и видеодублирование информации, то есть она должна быть многократно представлена различными способами. Обслуживающий персонал гостиниц должен проявлять терпение и особое внимание данной категории гостей. В некоторых европейских гостиницах действуют соответствующие системы обучения сотрудников, включающие получение теоретических знаний, медицинскую подготовку. Это опыт, который полезно перенять. Изучая подробнее доступность всей цепочки услуг, отметим, что архитектура городов претерпевает изменения. Так, становятся доступны различные объекты культуры, что важно для развития гостиничного сектора, доступного для лиц с инвалидностью. Остановимся подробнее на доступности объектов культуры для посещения лицами с ограниченными физическими возможностями. В качестве объекта проверки доступности была выбрана Третьяковская галерея, расположенная в Москве. Она имеет значок «Инвалид», что говорит о том, что должна быть обеспечена доступность лицам с инвалидностью. Галерея успешно прошла данную проверку, о чем свидетельствует следующее: – соответствие дверных проемов нормативам для проезда инвалидов-колясочников; – наличие телескопического пандуса, позволяющего заехать в помещение с высокими порогами и быстро устанавливающегося там, где это будет необходимо; – наличие лифтов, размеры которых позволяют въехать в них инвалидам-колясочникам; – оборудованные соответствующим образом туалеты; – возможность беспрепятственно добраться от метро; – расположение большинства экспонатов на низком уровне; – наличие широких дверных проемов; – позитивное отношение персонала. Третьяковская галерея адаптирована и для лиц с другими формами инвалидности. В частности, присутствует тактильная разметка. Тактильная плитка применяется черного цвета, а не желтого. Дело в том, что есть регламентация именно контрастности цветов. В Третьяковской галерее пол белого цвета. В таком случае применение плитки желтого цвета было бы неверным решением. Подобное сочетание цветов не помогает ориентироваться слабовидящим людям. Для идентификации экспонатов внедрены таблички с нанесением шрифта Брайля, изготовлена мнемосхема, позволяющая получить информацию по расположению объектов. Первая и последняя ступени обозначены путем нанесения контрастной противоскользящей полосы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что Третьяковская галерея – это образец доступности. Рассмотрим противоположный пример. Это будет музей-квартира Ф. М. Достоевского в Санкт-Петербурге. Сразу отметим, что этот объект не имеет значка «Инвалид». Значит, вероятность того, что музей успешно пройдет проверку на предмет доступности для посещения лицами с ограниченными физическими возможностями, является достаточно низкой. Это действительно оказалось так, о чем свидетельствует следующее: – отсутствие пандусов; – отсутствие кнопки вызова персонала; – узкий дверной проем; – узкие проходы в музее, которые не позволяют проехать к некоторым объектам; – высокий уровень расположения экспонатов; – отсутствие специально оборудованного туалета. В таких условиях помогает только позитивное отношение персонала, которые очень внимательны и отзывчивы. Результаты подобного эксперимента можно объяснить тем, что данный объект ниже по статусу, чем Третьяковская галерея. Но важно, чтобы и менее популярные музеи были доступны для посещения. Также следует отметить наличие в России транспорта, приспособленного для перевозки маломобильных групп населения, так как важна доступность и близлежащих территорий. В табл. 1 представлены статистические данные, позволяющие оценить обеспеченность страны средствами перемещения, оборудованных соответствующим образом.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Обобщенный перечень нормативно-правовых документов по обеспечению доступной среды, документы на предприятии по обслуживанию гостей с ОВЗ.
2. Требования к парковочным местам для специальных автотранспортных средств лиц с ограниченными возможностями

3. Требования к обеспечению входа в коллективное средство размещения для лиц с ограниченными возможностями
4. Требования к помещению (зданиям) гостиничного комплекса для обслуживания лиц с ограниченными возможностями
5. Требования оснащения СПиР гостиничного комплекса для обслуживания лиц с ограниченными возможностями
6. Требования зоны помощи при эвакуации гостиничного комплекса для обслуживания лиц с ограниченными возможностями
7. Требование обеспечения безопасности гостей с ОВЗ

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. Организация обслуживания лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве.

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 1 Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

-сформировать представление о применении здоровьесберегающие практики в специализированных видах туризма;

-изучить оценку доступности инфраструктуры и локальных пространств для организации туристских программ для лиц с особыми потребностями.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Рекреационные услуги для лиц с ОВЗ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Всемирная программа действий в отношении инвалидов. Основные принципы Конвенции ООН о правах инвалидов.

2. Международные и отечественные правовые нормы о защите прав инвалидов.

3. Прогрессивные формы общения. Инвалидность как социальный феномен.

4. Система социального туризма в России.

5. Стратегии разрешения проблем инвалидов и их взаимосвязь с успешностью реабилитации.

1. Учебная дисциплина. Организация обслуживания лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве.

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 1 Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

3. Цели занятия.

-сформировать представление о применении здоровьесберегающие практики в специализированных видах туризма;

-изучить оценку доступности инфраструктуры и локальных пространств для организации туристских программ для лиц с особыми потребностями.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Жестовая и дактильная речь людей с нарушением слуха, особенности, правовые аспекты и этикет общения через переводчика. Особенности письменной речи глухих и слабослышащих; дактильная речь слепоглухих.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Оказание услуг лицам с задержкой психического развития, лица с умственной отсталостью, лицам со сложными нарушениями развития, лицам с ранним детским аутизмом, лицам с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Основы этики общения с инвалидами

2. Технологии работы с инвалидами в сфере услуг.

3. Специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.

4. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов (СКРИ)

5. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. Организация обслуживания лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве.

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 2 Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

3. Цели занятия.

- изучить компетенции в подготовке специалистов для сопровождения лиц с ОВЗ;
- сформировать представление о технологиях поддержки и продвижения специализированного турпродукта.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Федеральная целевая государственная программа «Доступная среда» на 2011-2020 гг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

2. Федеральная целевая государственная программа «Доступная среда» на 2011-2020 гг.

3. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.

4. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.

5. Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.

1. Учебная дисциплина. Организация обслуживания лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве.

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 2 Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

3. Цели занятия.

- изучить компетенции в подготовке специалистов для сопровождения лиц с ОВЗ;
- сформировать представление о технологиях поддержки и продвижения специализированного турпродукта.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Обеспечение доступности для лиц с ОВЗ пользования транспортом, услугами предприятий и организаций в сфере туризма и гостеприимства, услугами объектов общественного питания.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание задания:

Вариант 1.

Провести обследование объекта по степени приспособленности для инвалидов объектов городской инфраструктуры, заполнить анкету доступности для инвалидов общественных зданий. На основании заполненной анкеты доступности с использование формируется паспорт доступности объекта. Итогом выполнения кейс-задания является – разработка рекомендаций для администрации объекта (собственников, правообладателей) по повышению комфортности пребывания лиц с ОВЗ при посещении объекта (получении услуги). В качестве объекта выступает:

- Гостиница
- Ресторан
- Экскурсионное бюро
- Турагентство

В ходе обследования определяются:

- соответствие параметров элементов объекта и функциональных зон, обеспечивающих условия его доступности и предоставляемых услуг для инвалидов всех категорий условиям доступности, в том числе при оказании помощи инвалиду сотрудниками объекта или сопровождающим;
- рекомендации по адаптации основных функциональных зон объекта с последующим занесением этих данных в паспорт доступности объекта;
- разрабатывается план мероприятий по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг (дорожная карта).

Кроме того, определяется порядок сопровождения инвалидов с тяжелыми ограничениями в передвижении и ориентации и оказания им помощи в преодолении препятствий для обеспечения получения услуги (услуг) и помощи в чрезвычайных ситуациях. В соответствии с установленным порядком сопровождения вносятся изменения в административный регламент в части организации работы по обеспечению доступности услуг, сопровождению инвалидов и оказанию им необходимой помощи в преодолении препятствий; в должностные инструкции лиц, назначенных за ответственными за организацию работы по обеспечению доступности объектов и услуг, за сопровождение инвалидов и оказание им необходимой помощи.

Вариант 2.

– Подготовка информации об оказании услуг для лиц с ОВЗ для размещения в открытом информационном пространстве (на сайте объекта, на сайтах общественных объединений инвалидов, на информационных стендах и др.).

– Подготовка памяток для информирования по порядку сопровождения людей, пользующихся креслом-коляской, с нарушениями слуха, с потерей зрения, размещаемых на сайтах и информационных стендах объекта.

Вариант 3.

Обеспечение доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья услуг организаций общественного питания:

– переоснащение ресторана специализированным оборудованием для инвалидов;

– создание специализированного кафе;

– предоставление специализированного оборудования для инвалидов с различной нозологией;

– предложение услуг, обеспечивающих создание для посетителей с ограниченными возможностями повышенного уровня комфортности и высокую рентабельность предприятия.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Контрольная работа

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей

программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ТУРИСТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. КЛИЕНТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ	
Тема 1.1 Особые потребности потребителей туристских услуг	Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях. Инклюзивный туризм за рубежом и в России. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Организация туруслуг для лиц с нарушениями слуха. Организация туруслуг для лиц с нарушениями зрения. Потребности туристов с ДЦП. Организация туруслуг для лиц с нарушениями речи. Оказание услуг лицам с задержкой психического развития, лица с умственной отсталостью, лицам со сложными нарушениями развития, лицам с ранним детским аутизмом, лицам с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.
Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц	Социальная адаптация клиентов с особыми потребностями средствами туризма. Содержание здоровьесберегающих технологий. Основные понятия адаптации и реабилитации как технологий здоровьясбережения. Качество жизни лиц с

с особыми потребностями	особыми потребностями. Рекреационные услуги для лиц с ОВЗ. Природа как основа туристско-рекреационных услуг с ОВЗ. Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях. Международные практики оказания услуг лицам с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства. Основные понятия и определения туризма для людей с ОВЗ. Понятие комфортных условий для путешествий туристов-инвалидов. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов.
Раздел 2 СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ	
Тема 2.1 Понятие социального туризма	Система социального туризма в России. Социальные туры и их отличительные особенности. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ. Понятие доступной среды. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.
Тема 2.2 Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями	Санаторно-курортные услуги для лиц с ОВЗ. Инновационные технологии, оборудование для организации путешествий для лиц с ОВЗ. Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями. Подходы к санаторно-курортному лечению. Социальное страхование. Психолого-когнитивные практики как здоровьесберегающие технологии. Творчество в практике работы с лицами с ОВЗ. Менеджмент безопасности в адаптивной физической культуре, спорте и туризме лиц с отклонениями в состоянии здоровья.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных

случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности

межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и

отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. КЛИЕНТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Тема 1.1 Особые потребности потребителей туристских услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Всемирная программа действий в отношении инвалидов. Основные принципы Конвенции ООН о правах инвалидов.
2. Международные и отечественные правовые нормы о защите прав инвалидов.
3. Прогрессивные формы общения. Инвалидность как социальный феномен.
4. Система социального туризма в России.
5. Стратегии разрешения проблем инвалидов и их взаимосвязь с успешностью реабилитации.

Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

Вопросы для самоподготовки:

1. Основы этики общения с инвалидами
2. Технологии работы с инвалидами в сфере услуг.
3. Специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.
4. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов (СКРИ)
5. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ

Раздел 2 СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Тема 2.1 Понятие социального туризма

Вопросы для самоподготовки:

1.Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

2. Федеральная целевая государственная программа «Доступная среда» на 2011-2020 гг.

3. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.

4. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.

5. Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.

Тема 2.2 Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

Вопросы для самоподготовки:

1.Нормы и правила установки знаков доступности.

2.Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями.

3.Исследование и оценка готовности инфраструктуры для организации специальных туристских программ.

4.Средства устройство навигации, информирования для лиц с особыми потребностями (звуковые, тактильные, визуальные) – нормативный, технологический и дизайнерский подход.

5.Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. КЛИЕНТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Тема 1.1 Особые потребности потребителей туристских услуг

Источник: https://vuzlit.com/377286/turistskie_potrebnosti_turistskiy_marketing

Источник: https://sber.pro/publication/inkliuzivnyi-turizm-kak-rynok-otvechaet-na-zaprosy-osobennykh-gostei

Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/ivanov3.htm

Источник: https://1economic.ru/lib/117194

Источник: https://spravochnick.ru/turizm/turizm_dlya_lic_s_ogranichennymi_vozmozhnostyami/

Источник: https://vk.com/wall-104373126_1959

Раздел 2 СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Тема 2.1 Понятие социального туризма

Источник: https://shareslide.ru/obshchestvoznanie/prezentatsiya-nauchno-issledovatelskoy-raboty-na-temu

Источник: https://ppt-online.org/409466

Источник: http://zdorn.ru/2017-04-18-08-12-24/2017-04-18-08-13-41.html

Тема 2.2 Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

Источник: https://korenovsk-rc.ru/foto/vitiligo-sanatorno-kurortnoe-lechenie.html

Источник: https://xn--h1akbclvl.xn--p1ai/articles/disability/sanatornoe.php

Источник: https://sever138.ru/text/06-04-2023/005/

Источник: https://crimeagood.ru/2022/04/sanatorij-n-n-burdenko-v-saki-ceny-lechenie-otzyvy/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;

2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **ТУРИСТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ**

2. Раздел 1. КЛИЕНТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Тема 1.1 Особые потребности потребителей туристских услуг

3. Цели занятия.

-сформировать представление о правилах обслуживания потребителей услуг сферы туризма и гостеприимства, в том числе лиц с ОВЗ

- сформировать представление о безопасности обслуживания потребителей туристских услуг

-изучить требования охраны труда и техники безопасности в подразделениях предприятий гостиничной и туристической деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	. Инклюзивный туризм за рубежом и в России.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В Конвенции о правах инвалидов (2007), инвалидность рассматривается как «эволюционирующее понятие, которое является результатом взаимодействия между людьми с нарушением здоровья и общественными и средовыми барьерами, что мешает их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими». Инвалидность сопровождает жизнь любого общества, и каждое государство формирует социальную и экономическую политику в отношении инвалидов[1]. Основу инвалидности составляет проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности, детерминированных социальными условиями и потому возникновение проблем, связанных с затруднением общения при потреблении туристских услуг свидетельствует о социальной дискриминации инвалидов. Работники туризма должны осознавать, что ограничение каких-либо видов деятельности нарушает взаимоотношения в обществе и становится нричинно-детерминирующим фактором особого образа жизни, поведения, появления особых потребностей в различных сферах жизнедеятельности. Нарушение взаимоотношений человека в обществе приводит к социальной дезинтеграции и невозможностью пользоваться благами цивилизации, в том числе и услугами туризма.

Проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности составляет основу инвалидности.

В соответствии с российским законодательством инвалид — лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты[2].

Инвалидность приводит к потере основных показателей жизнедеятельности человека и ограничивает следующие способности:

? самообслуживание;

? самостоятельное удовлетворение основных физиологических потребностей, осуществление повседневной бытовой деятельности и соблюдение личной гигиены;

? самостоятельное передвижение в пространстве, преодоление препятствий, сохранение равновесия тела в рамках выполняемой бытовой, общественной, профессиональной деятельности;

? обучение;

? восприятие и воспроизведение знаний (общеобразовательных, профессиональных и др.), овладение навыками и умениями (социальными, культурными и бытовыми);

? трудовая деятельность;

? осуществление деятельности в соответствии с требованиями к содержанию, объему и условиям выполнения работы;

? ориентация;

? ориентация во времени и пространстве;

? общение;

? установление контактов между людьми путем восприятия, переработки и передачи информации;

? контроль своего поведения;

? осознание себя и адекватное поведение с учетом социально-правовых норм.

Как уже говорилось выше, снижение тех или иных способностей нарушают общепринятые взаимоотношения в обществе и могут стать причиной, порождающей особые потребности в процессе потребления туристского продукта. Особые потребности возникают в связи с невозможностью получения туристской услуги в условиях инклюзивного туризма наравне со всеми. Одной из причин, приводящей к особым потребностям в туристских услугах

являются психосоматические (медико-физиологические) нарушения функций и структур органов и систем организма.

Нарушение основных функций организма снижает активность и участие индивидуума в повседневной деятельности, а также может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.

Потребители с подобными нарушениями, получающие туристские услуги в структуре доступного для всех инклюзивного туризма, предъявляют специфические требования к туристскому обслуживанию, в противном случае создаются условия, при которых туристская услуга остается недосягаемой. Наличие ограничений жизнедеятельности предполагает адаптивные условия сопровождения туристской услуги для создания равных нрав при потреблении туристского продукта.

Под нарушениями понимается утрата или отклонение в частях или функциях организма. Термины «нарушение» и «болезнь» в медицинской практике и туризме трактуются по-разному. Туристская практика рассматривает нарушения шире и масштабнее, чем расстройства или болезнь.

Например, утрата конечности — это нарушение структуры организма, но не болезнь. И подход к оказанию туристских услуг в таком случае будет разным: это будет или отношение к инвалиду как к больному с соответствующим выбором санаторно-курортного лечения, или как к туристу, желающему путешествовать. Нарушения рассматриваются с точки зрения возможности привлечения лиц с ограничением жизнедеятельности к туризму путем создания адаптивных условий потребления туристской услуги.

С развитием цивилизации условия, создающие ограничения жизнедеятельности, обусловленные нарушениями на психосоматическом уровне, не уменьшаются. Более того, причины, приводящие к этому, имеют устойчивую тенденцию к прогрессированию. Все больше становится лиц с ограничениями жизнедеятельности в результате функциональных и структурных нарушений в органах и системах, вступающие в противоречие со средой обитания. Глобальные техногенные и экологические изменения повышают агрессивность среды обитания человека, приводят к нарушению его биологических и социальных связей, снижают адаптационные возможности. Многие нарушения возникают по причине несовершенства профилактических мер по предупреждению заболеваний, неэффективным лечением известных и вполне излечимых болезней, неадекватным медицинским и реабилитационным обслуживанием.

В последнее время во всем мире, включая Россию, по разным причинам, в том числе в связи с экологической неустойчивостью, появилось много новых редких (орфанных) болезней, приводящих к нарушению функций и структур организма. Многие заболевания встречаются довольно часто и широко известны. Это, например, болезнь Крона, мышечная дистрофия, лимфангиома, миуковисцидоз (кистозный фиброз), саркома костей и мягких тканей и др. заболевания. В список орфанных болезней в России внесено 230 заболеваний, при этом многие из заболевших являются пользователями туристских услуг с особыми потребностями.

Проведенный анализ особенностей оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности позволяет рассматривать туристов с психосоматическими (медико-физиологическими), психологическими и физическими отклонениями как клиентов с особыми потребностями в туристских услугах. Клиент с особыми потребностями в туристских услугах — это лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии

доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом. Проявление особых потребностей таких туристов выражаются в желании получить равный доступ к туристской инфраструктуре и реализовать свои права на достойный безопасный отдых.

У туристов с ограничением жизнедеятельности потребности связаны с желанием реализовать свои права на отдых наравне с другими отдыхающими. Это потребности на первый взгляд могут показаться тривиальными, не столь значительными, но для них они могут быть психологически важными. Туристы со статодинамическими нарушениями в большей степени озабочены, к примеру, будут ли на пути следования туристской группы двери с широким проходом, чтобы они смогли проехать на своей коляске или медицинские структуры для получения необходимой медицинской помощи. Дискриминирующим отношением по отношению к инвалидам является и запрет на возможность передвижения на коляске .

Нарушения основных функций организма, приводящие к ограничению жизнедеятельности, обусловливают особые требования инвалида в процессе потребления туристской услуги. В ряде случаев это продиктовано жизненной необходимостью.

Так, туристам с нарушением углеводного обмена, нестабильными сахарами (пациенты с сахарным диабетом), во время путешествия необходимо диетическое питание и возможность коррекции сахара крови. Диализным пациентам с почечной недостаточностью может потребоваться процедура гемодиализа, стомированным пациентам с нарушением выделительной функции кишечника и мочевыделительной системы необходимы специально оборудованные комнаты в туалетах для смены памперса или средств ухода за стомой. Возможно, потребуется и медицинское вмешательство, проведение реабилитационных мероприятий и др. Разнообразные потребности возникают и у других туристов с инвалидностью и ограничением жизнедеятельности.

Введение понятия «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» основывается на анализе видов и форм ограничений жизнедеятельности, обуславливающего инвалидность. Выделение туристов с особыми потребностями в зависимости от нарушений основных функций организма, направлено на целенаправленное применение адаптивных туристских услуг в структуре инклюзивного туризма. Физические и психосоматические недостатки — это не атрибут индивида и не всегда его личная проблема, поэтому отсутствие условий для инвалидов может рассматриваться как особая форма дискриминации. Особые потребности туристов с ограничением жизнедеятельности не должны становиться препятствиями для полноценного функционирования человека в обществе.

Понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» акцентирует внимание туристской индустрии на необходимости дифференцированного подхода к потребностям лиц с ограничением жизнедеятельности и соответствующей адаптации туристского продукта. Инвалид может оплатить все расходы, связанные с путешествием, но он не приобретет туристский продукт, если ему не обеспечат адаптивные условия получения туристской услуги.

Социально-ориентированная туристская дестинация должна быть знакома с проявлениями нарушений в функциях и структурах организма инвалида в соответствии с его патологией. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой туристской услуги и наличие соответствующей туристской среды

с возможностью предоставления специализированной услуги, медико-психологического обеспечения.

Как уже говорилось выше, устранить препятствия, связанные с психосоматическими (медико-физиологическими) проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий, обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем, созданием позитивного психологического климата во время путешествия. В период потребления туристской услуги клиентам с особыми потребностями необходимы мониторинг нагрузки и отдыха, установление величины физических и психических напряжений. Необходим учет, коррекция и изучение психофизиологической характеристики туриста.

Психосоматические нарушения и связанные с этим особые потребности не могут служить препятствием для полноценного участия инвалида в туризме.

Взаимодействие с аудиторией:

1. Охарактеризуйте клиентов, имеющих особые потребности в туристских услугах.
2. Определите понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах».
3. Определите потребности туристских услуг лиц с ограничением жизнедеятельности.

1. **ТУРИСТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ**

2. Раздел 1. КЛИЕНТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Тема 1.2 Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

3. Цели занятия.

-сформировать представление о правилах обслуживания потребителей услуг сферы туризма и гостеприимства, в том числе лиц с ОВЗ

- сформировать представление о безопасности обслуживания потребителей туристских услуг

-изучить требования охраны труда и техники безопасности в подразделениях предприятий гостиничной и туристической деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социальная адаптация клиентов с особыми потребностями средствами туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Содержание здоровьесберегающих технологий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
3	Основные понятия адаптации и реабилитации как технологий здоровьясбережения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

С недавних пор в Российской Федерации развитию инклюзивного туризма стало уделяться повышенное внимание на федеральном уровне. В качестве одного из основных составляющих системы «инклюзивный туризм», который определяет органичность ее внутреннего строения и динамические взаимосвязи между доменами, можно выделить нормативно-правовую базу, которую условно можно представить в виде трех основных групп документов.

К первой группе относятся документы, защищающие права маломобильных людей и людей с инвалидностью, при доступе к туристским объектам и услугам.

Вторую группу составляют документы, регламентирующие требования при создании и организации доступной среды.

В третьем группе представлены нормативно-правовые документы, устанавливающие порядок оказания туристских услуг, в том числе для людей с ограниченными возможностями здоровья [22].

К тому же развитие инклюзивного туризма уже нашло свое отражение в Стратегии развития туризма на период до 2035 года, а также в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства».

В качестве одной из причин низкого спроса на инклюзивные туры, как в России, так и за ее пределами обычно выделяют психологический барьер людей с ОВЗ, который объясняется неизбежным дискомфортом, как в процессе путешествия, так и на туристских объектах. К тому же до сих пор нет точного определения понятия «инклюзивный туризм» и всех особенностей организации туризма для людей с ограниченными возможностями.

Один из архитекторов-колясочников Рон Мейсон совместно с коллегами из Государственного университета Северной Каролины сформировали 7 принципов универсального дизайна для организации инклюзивного туризма.

Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме [5]

По мнению авторов данные принципы должны стать основополагающими для формирования доступной среды, организации инклюзивных туров и развития инклюзивного туризма в мире.

Европейские страны, в силу высокого процента инвалидности, решили практически все проблемы доступности среды для лиц с ограниченными возможностями.
Разные эксперты в области строительства определяют Великобританию одной из лучших стран для жизнедеятельности маломобильных групп населения, где шестая часть населения страны – инвалиды. Именно в этой стране все городские автобусы имеют специальные платформы, позволяющие легко подняться в салон маломобильным лицам. Пешеходные дорожки, переходы и железнодорожные платформы имеют «осязаемое покрытие» для слабовидящих и слепых людей, представляющее собой текстурированное покрытие, предостерегающее о проемах и спусках.
Великобритания делилась опытом в создании безбарьерной среды для проведения Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году. Проект по обмену опытом в сфере создания безбарьерной среды реализуется в рамках Меморандума о сотрудничестве между странами, принимающими Олимпийские и Паралимпийские игры, который был подписан в июне 2013 года Министерством торговли и инвестиций Великобритании и Министерством регионального развития России.
С 1970 года начинают разрабатываться строительные нормы и правила для Северным советом, в который входят Швеция, Дания, Норвегия и Исландия. Цель данного совета заключается в установлении единых стандартов физической доступности зданий, сооружений, как общественного, так и производственного характера, и районов для престарелых и инвалидов, поскольку принципы доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья идентичны.
Летом 2016 года Финляндия ратифицировала международную конвенцию ООН о правах инвалидов, теперь финны самостоятельно могут разрабатывать законы, которые позволят сделать жизнь людей с ОВЗ легче. Однако и до этого момента лица с ОВЗ, проживающие в Финляндии не чувствовали себя ограниченными и запертыми в своем микрорайоне. Вся городская инфраструктура финских городов построена так, что все люди чувствуют себя комфортно и безопасно – пандусы, лифты, туалеты для инвалидов, даже на колесо обозрения в Хельсинки без труда можно завезти инвалидную коляску. Почти все финские отели оборудованы номерами для маломобильных граждан [15].
Норвегия уже в 1976г. включает в строительные нормы пункты, регламентирующие проектирование и строительство всех общественных зданий с элементами доступной среды, позволяющих обеспечивать свободный доступ, передвижение и пользование услугами для людей с ограниченными возможностями здоровья.
Германия начала решать проблемы с обеспечением доступности и создания условий для передвижения инвалидов после Второй мировой войны. Поэтому сейчас практически все города страны имеют адаптированную инфраструктуру для маломобильных групп населения, включая транспорт, безбордюрные пешеходные переходы, пандусы, ответственное отношение в обществе [20].
Конституция Берлина Разделом II «Основные права, государственные цели» Статьей 11 определяет, что «люди с инвалидностью не должны быть ущемлены. Государство обязано обеспечить равные условия жизни для людей с инвалидностью и без нее», которая послужила основой для принятия закона 17 мая 1990 года о равноправии лиц с ограниченной дееспособностью и лиц без ограничений дееспособности [13].
За рубежом постоянно издаются документы, которые непосредственно улучшают жизнь людей с ограниченными возможностями здоровья. Такая деятельность должна служить примером для нашей страны, так как у нас в основном действуют нормативы, установленные еще в 1990-х годах.
Люди-инвалиды в Японии больше воспринимаются как люди с дополнительными потребностями, а не с ограниченными возможностями.
В Японии большая статья расходов государственного бюджета направлена именно на здравоохранение. В Японии существует закон, который обязывает организации создавать доступную среду для инвалидов и иметь в рабочем штате представителей этой категории

населения. Государственная финансовая поддержка любой активности, нацеленной на помощь инвалидам. Например, к каждому инвалиду-колясочнику приставлен социальный помощник, труд которого оплачивается из средств государства. Второй пример: любой инвалид-колясочник при нехватке собственных средств на покупку инвалидной коляски, управляемой с пульта, может попросить государство о финансовой помощи, причем неважно, сколько собственных средств он может вложить в покупку.

В Японии работают эксперты в области консультирования людей, которые совсем недавно получили степень инвалидности и испытывают психологические барьеры и высокий уровень стресса. Помимо этого, существуют различные центры реабилитации, которые проводят обучения по таким направлениям, как: баскетбол для инвалидов-колясочников, настольный теннис для людей, лишенных зрения, голбол, батутный спорт для людей с ОВЗ [16].

Весь общественный транспорт в Японии – доступная среда для инвалидов. В автобусах существуют откидные пандусы, а в автомобилях такси двери открываются автоматически, причем это удобно не только для людей с ОВЗ, но и для всех граждан. Откидные пандусы в японском транспорте пока что ручные, но ведутся разработки по установке автоматических пандусов, которые смогут завозить людей самостоятельно.

В Японии запущена муниципальная программа оборудования домов, в которых проживают инвалиды, по их запросу. Например, в спальню устанавливают специальное крепление, которое управляется с пульта и позволяет поднять тело человека и переместить на кровать.

Все международные отели обладают необходимым уровнем комфорта для людей с ограниченными возможностями. Такси используются специальные погрузки, которые облегчают колясочникам посадку в автомобиль. Для людей с ОВЗ доступен прокат инвалидных колясок, позволяющий взять инвалидное кресло в аренду.

В Китае все микроавтобусы или большие автобусы оборудованы рампой или специальным подъемником. В Китае имеются подъемники для инвалидных колясок на станциях метро. Туалеты для инвалидов-колясочников есть постоянно функционирующие везде: в торговых центрах, метро и аэропортах. В больших городах на пешеходных переходах отсутствуют высокие бордюры или препятствия для перемещения людей на колясках. Они оборудованы плавными спусками, пандусами или лифтами, что характерно для мостовых и переходов.

Каждый дом в Китае оборудован удобным входом, пандусом, а также лифтом для людей на колясках. Чем современнее дом, тем технологичнее он оборудован для людей с ограниченными возможностями. Как и в Японии, в Китае реабилитационные центры проводят обучения по таким направлениям, как: керлинг, все виды спорта в паралимпийских играх. Безбарьерная среда присутствует в гостиницах, аэропортах и на железнодорожных вокзалах: гиды, сиделки, медицинские сестры, услуги по обработке багажа и т.д.

Корейское правительство старается решать вопрос трудоустройства людей с ограниченными возможностями. В стране действует закон, согласно которому предприятия обязаны иметь в своем штате не менее 2% сотрудников с физическими недостатками. При невыполнении этого условия компании облагаются штрафами. В городах существуют специальные центры реабилитации, которые помогают людям с ограниченными возможностями пройти профессиональную подготовку, а затем помогают устроиться на работу.

У каждой станции метро в Южной Корее обычно несколько выходов на поверхность – нередко даже по 8-10, большинство из которых оборудованы лифтами. При этом стандартные спуски в метро обычно представляют из себя неширокий эскалатор и рядом широкую лестницу, оборудованную платформой для спуска инвалидов-колясочников. В поездах метро для них предусмотрены отдельные двери в вагон, в котором отсутствуют сиденья.

Основные туристические места и достопримечательности также предусматривают удобства для людей с ограниченными возможностями. Кроме того, что входные билеты для них бесплатны, все практически все входы оборудованы пандусами и туалетами, которые шире обычных, в них установлены безопасные ручки, специальные стульчаки, низкие раковины и т.д. [19]

В Корее используются специальные банкоматы, ориентированные на людей с ограниченными возможностями, отличающиеся высотой и клавиатурой.
В некоторых местах (например, на ручье Чонгечхон, в парке Сеульский лес, парке реки Ханган, в Сеульском музее искусства, в крупных универмагах, парках развлечений Лотте Ворд и Эверленд) предусмотрена аренда инвалидных колясок. Аренда бесплатная по предъявлению удостоверения личности. В парках развлечений оборудованы специальные пункты медицинской помощи, а также имеется возможность запросы бесплатной услуги сопровождения.
Большинство примеров показали, что наиболее обобщенный передовой опыт можно найти в туристических направлениях, которые приняли политику по социальным вопросам и защите прав людей с ограниченными возможностями.
При анализе различных видов опыта целью являлся отбор примеров, охватывающих такие категории, связанные с туризмом, как обучение, работа, транспорт, размещение, туроператорская и турагентская деятельность, информация для туристов,

Взаимодействие с аудиторией:
1.Рассмотрите дискриминирующие факторы к туристам со статодинамическими нарушениями.
2.Нарушение каких основных показателей жизнедеятельности человека характеризует инвалидность?
3.Рассмотрите умение анализировать проблемы клиентов с особыми потребностями, возможности их предотвращения.
4.Используйте основные термины, раскрывающие основы коммуникации при организации своей работы в коллективе

1. ТУРИСТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ
2. РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ
Тема 2.1. Понятие социального туризма
3. Цели занятия.
- сформировать представление о формах и методах контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
- сформировать представление о целях и задачах проекта
- изучить технико-экономическое обоснование проектов, реализуемых организациями избранной сферы профессиональной деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Система социального туризма в России.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Социальные туры и их отличительные особенности.	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ сказано: «туризм социальный – туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей».[1]

Другими словами, социальный туризм – это любой вид туризма (познавательный, курортный, экологический, сельский и т.д.), расходы на который полностью или частично оплачиваются туристу из финансовых источников, предназначенных на социальные нужды.

В целом социальный туризм рассматривается как экономическая категория и в большинстве законов различных государств этот вид туризма причисляется к приоритетным. Российский закон дает социальному туризму третью степень приоритета после внутреннего и въездного направлений туризма.

Процитированная из федерального закона формулировка – пока единственная в отношении именно социального туризма. Но до сих пор в нашей стране не разработан регламентирующий документ, который бы определял механизм получения от государства полагающееся по закону вспомоществование из бюджетных средств, предусматриваемых на социальные нужды. Нет и конкретного определения, кто из туристов, на какие свои путешествия, где и когда может получить финансовую поддержку от государства на эти цели.

Главная цель социального туризма – создание условий для путешествий пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда, школьникам, молодежи и любым иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные организации оказывают социальную поддержку.

На примере ряда цивилизованных стран мы видим, что социальный туризм развивается в виде «ассоциативного туризма», организаторами которого являются профессиональные союзы туристских компаний и ассоциации социального туризма. Основной задачей социального туризма стала организация дешевых поездок для людей с низкими доходами. Немалую роль в развитии социального туризма сыграли и муниципальные органы власти, создавая для этого не только экономические условия (предоставление социально ориентированному турбизнесу льгот на землю, льгот в части налогообложения и др. преференции), но и инфраструктурные, в первую очередь, ориентированные на людей с ограниченными физическими возможностями. Именно поэтому в странах Европы туризм для этой категории граждан – обыденное явление. Свои услуги в этой сфере предлагают множество турфирм, имеющих разнообразные специализированные туристские программы и экскурсии для инвалидов. Экономически выгодному развитию социального туризма способствует не наличие отдельных единичных инфраструктурных элементов, а созданная целеполагающая система,

обеспечивающая доступ людей к полноценному отдыху, а значит и эффективному восстановлению физических и духовных сил.

Так, например, в Германии в целях развития культурно-познавательного туризма все места досуга обустроены с учётом потребностей маломобильных граждан. В музеях и театрах, как правило, имеются кресла-коляски, которыми могут воспользоваться инвалиды. Большое внимание «доступному» культурно-познавательному туризму уделяется и в Испании. Британские турфирмы, предлагающие социальные туры провели инспекцию в Барселоне и признали ее одним из лучших туристских направлений в мире с этой точки зрения. Недавно был создан специальный сайт «Доступный туризм», содержащий все сведения о соответствующих поездках в Каталонию. Там можно найти подробную информацию о 19 турмаршрутах, на которых созданы необходимые условия для приема инвалидов и людей пожилого возраста.

В Финляндии (регион Порвоо) находится сразу несколько малых фирм, предлагающих услуги по организации водного туризма для инвалидов на прогулочных судах, куда могут подняться люди на инвалидных креслах.

Во Франции, наибольшее распространение получила такая форма социального туризма, как сельский туризм. Ассоциация социального туризма, развивающая это направление, владеет объектами отдыха и, предлагает их за небольшую плату своим пайщикам. Недорогой отдых на природе востребован круглый год, в том числе и молодёжью.

В Австрии наибольшее развитие получил спортивно-развлекательный туризм. Горный курорт Тироль вошел в число самых приспособленных для инвалидных колясок районов Европы. Люди, нуждающиеся в специальных средствах передвижения, получили возможность не просто беспрепятственно гулять по улицам Тироля и осматривать достопримечательности, но и подниматься на определенные горные высоты и, что самое ценное, заниматься всеми, доступными для них активными видами спорта на базах отдыха. Те, кто уже опробовал новую технику, утверждают, что инфраструктура Тироля действительно стала доступной и благоприятной для всех категорий туристов.

Мировой опыт убеждает – массовость общедоступного социального туризма перекрывает его дешевизну суммарным притоком и быстрой оборачиваемостью живых денег, что увеличивает занятость населения, привлекает инвестиции в туризм непосредственно на местах, а заодно и налоговые поступления. Благодаря туризму повсюду в мире государства богатеют, поддерживая эту сферу законодательно выверенной политикой.

В современной России развитие социального туризма возможно пока только через государственное регулирование, поставив во главу угла общедоступность туризма внутри страны.

Сегодня развитие социального туризма в России и ее регионах сдерживается практически полным отсутствием правового обеспечения данной сферы. Очевидна необходимость реорганизации и совершенствования системы управления социальным туризмом, как на федеральном, так и региональном уровнях. Практически отсутствует теоретическая разработка форм предоставления социального туризма в новых экономических условиях. Теория и формы социального туризма, наработанные в рамках советской системы, устарели и не пригодны для применения в настоящей социально-экономической ситуации. Они требуют коренной переработки и осмысления для выработки методов, адекватно соответствующих новой модели общественного и государственного строя.

Практика проведения социальных туров в России и за рубежом показывает, что их организация имеет свою специфику. Особенно это выражается в работе с ограниченно дееспособными лицами, в том числе с инвалидами. Эффективность этой работы напрямую зависит от наличия и развития соответствующей инфраструктуры. Надо признать, что в России инфраструктура для организации инвалидного туризма

отсутствует. Имеющиеся в некоторых общественных местах пандусы не снимают проблему дискомфортного, а чаще невозможного, перемещения людей, например, с нарушениями опорно-двигательного аппарата. В результате ущемляются конституционные права и интересы этих людей в их желании путешествовать и постигать Родину.

Другая проблема – специализированные кадры. Здесь сказался многолетний «простой» в подготовке специалистов в сфере социального туризма, что естественным образом привело к дефициту профессионального туристского опыта, как пример – обслуживание туристов и экскурсантов с дефектами зрения или слуха.

Обратившись к мировому опыту, мы видим демонстрацию примеров заботы о гражданах в удовлетворении их духовных потребностей. Люди всегда стремятся увидеть, узнать родной край, свою страну. Они хотят, чтобы это стало доступно, чтобы путешествия духовно их обогащали, радовали, наполняли яркими впечатлениями. Это – нормальная всеобщая потребность, и она должна быть социально удовлетворена. Несмотря на то, что в России социальный туризм нормативно не определен (проект закона о социальном туризме отклонен), государственная задача по созданию экономически выгодных условий для работы туроператоров по формированию и реализации общедоступных туров на внутреннем рынке остается.

Развитие социального туризма – один из наиболее мощных рычагов для создания реальной безбарьерной среды на транспорте, развития доступности во всей инфраструктуре, вовлечение инвалидов в активную социальную жизнь общества. Социальный туризм открывает доступ людям к историческим, духовным, культурным ценностям России и мира. Кроме того, развитие социального туризма ведет к развитию туризма в городе и стране в целом, делает его привлекательным для иностранных туристов-инвалидов. Это напрямую связанно с экономическими выгодами и с повышением авторитета на международном уровне.

Взаимодействие с аудиторией:

1. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.
2. Федеральная целевая государственная программа «Доступная среда» на 2011-2020 гг.
3. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
4. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.
5. Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.

1. ТУРИСТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ

2. РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

3. Цели занятия.

- сформировать представление о формах и методах контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
- сформировать представление о целях и задачах проекта
- изучить технико-экономическое обоснование проектов, реализуемых организациями избранной сферы профессиональной деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Санаторно-курортные услуги для лиц с ОВЗ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Инновационные технологии, оборудование для организации путешествий для лиц с ОВЗ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.1 Социально-бытовые услуги

Социально-бытовые услуги инвалидам предоставляют в следующих объемах и формах:

5.1.1 Услуги, направленные на обеспечение социальной безопасности инвалидов:

а) предоставление инвалидам жилой площади, помещений для организации реабилитационных мероприятий, лечебно-трудовой деятельности, культурно-бытового обслуживания;

б) предоставление в пользование мебели, адаптированной к нуждам и запросам инвалидов в соответствии с ограничениями их жизнедеятельности согласно утвержденным нормам;

в) содействие в организации предоставления услуг предприятиями торговли и связи;

г) приготовление и подача горячего питания, включая диетическое питание по соответствующим диетам для взрослых инвалидов и детей-инвалидов;

д) предоставление мягкого инвентаря (одежды, в том числе специального назначения, обуви, в том числе ортопедической, в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, нательного белья и постельных принадлежностей);

е) предоставление инвалидам - клиентам учреждения возможности пользоваться телефонной связью и почтовыми услугами в соответствии с действующими тарифами;

ж) выделение супругам из числа проживающих в учреждении инвалидов - клиентов учреждения изолированного жилого помещения для совместного проживания;

и) обеспечение возможности беспрепятственного приема посетителей как в выходные и праздничные дни, так и в рабочие дни в дневное и вечернее время;

к) оснащение занимаемых инвалидами жилых помещений специальными средствами и приспособлениями в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида;

л) предоставление социально-бытовых услуг индивидуально-обслуживающего и гигиенического характера инвалидам, неспособным по состоянию здоровья выполнять обычные житейские процедуры, в том числе такие действия, как встать с постели, лечь в постель, одеться и раздеться, умыться, принять ванну (сходить в баню), принять пищу, пить, пользоваться туалетом или судном, передвигаться по дому и вне дома, ухаживать за зубами или зубными протезами, пользоваться очками или слуховыми аппаратами, стричь волосы, ногти, мужчинам брить бороду и усы;

м) предоставление транспорта для поездок инвалидов к местам лечения, обучения, участия в культурно-досуговых мероприятиях, если по состоянию здоровья им противопоказано пользоваться общественным транспортом;

н) оказание помощи инвалидам в пользовании:

- специальными приспособлениями для личной гигиены (приспособлениями для умывания, принятия душа, ванны и т.п.);
- специальным оборудованием для туалетных комнат (подъемниками, опорами, поручнями, специальными унитазами с подлокотниками, душами и воздушными сушилками, устройствами для опускания и подъема унитаза и др.);
- специально оборудованными средствами транспорта для перевозки инвалидов, в том числе средствами, оснащенными поручнями, подъемниками и другими приспособлениями для обеспечения безопасности;
- средствами для обмена информацией, получения и передачи информации для инвалидов с нарушениями зрения, слуха и голосообразования, в том числе специальными телефонными аппаратами; звукоусиливающей аппаратурой; декодерами телетекста для глухих и дисплеями для слепых; системами чтения и трансформации текста в другие формы воспроизведения; атласами, глобусами, картами для инвалидов по зрению; внутренними переговорными устройствами и др.;
- приспособлениями для одевания, раздевания и захвата предметов;
- слуховыми аппаратами, в том числе с ушными вкладышами индивидуального изготовления; аналоговыми слуховыми аппаратами - заушными, внутриушными и карманными различных мощностей и модификаций; цифровыми заушными слуховыми аппаратами различных мощностей и модификаций; голосообразующими аппаратами, внутренними переговорными устройствами и устройствами синтезированной речи различных модификаций;
- оптическими средствами (лупами разной конструкции и кратности без освещения и с подсветкой, очками различной конструкции для дали и близи, электронными ручными видоувеличителями);

п) ознакомление инвалидов с правилами пользования оборудованием для подъема и перемещения (пассажирскими лифтами, подъемниками, различными креслами-колясками, перилами, стойками, поручнями, подлокотниками и т. д.), оказание практической помощи в пользовании этим оборудованием с соблюдением всех мер безопасности;

р) содействие в предоставлении в личное пользование инвалидам — клиентам учреждений следующих технических средств, приспособлений, приборов (с разъяснением порядка и правил их использования и оказанием помощи при пользовании ими).

- приспособлений для восстановления способности к самостоятельному передвижению (тростей, костылей, опор, поручной и т.д.);
- кресел-колясок с ручным приводом, электроприводом и малогабаритных;
- приспособлений для приготовления и приема пищи (специальной посуды, наборов столовых приборов для инвалидов и приспособлений для пользования ими, приспособлений для нарезки продуктов, очистки овощей и картофеля, мытья овощей и посуды);

- одежды специального назначения для инвалидов, сконструированной и изготовленной по индивидуальным заказам с учетом функциональных возможностей;

с) содействие в обеспечении детей-иивалидов — клиентов учреждений, являющихся сиротами или лишенными попечительства родителей, по достижении 18 лет жилыми помещениями вне очереди органами местного самоуправления по месту нахождения данных учреждений либо по месту их прежнего жительства по их выбору, если индивидуальная программа реабилитации или абилитации инвалида предусматривает возможность осуществлять детям самообслуживание и вести самостоятельный образ жизни;

т) организация реабилитационных мероприятий, культурное и бытовое обслуживание, поддержание активного образа жизни.

5.1.2 Прочие социально-бытовые услуги:

- предоставление на время пребывания в учреждении полустационарного обслуживания постельных принадлежностей и спального места в специальном помещении, отвечающем санитарногигиеническим требованиям;
- обеспечение или содействие в обеспечении книгами, газетами, журналами, настольными играми (детей — игрушками) и иным, необходимым для организации досуга;
- содействие в получении направления в учреждения стационарного социального обслуживания;
- покупка и доставка на дом продуктов питания, горячих обедов;
- помощь в приготовлении пищи;
- предоставление помещений для отправления религиозных обрядов, создание для этого соответствующих условий;
- доставка воды, топка печей, содействие в обеспечении топливом — для проживающих в жилых помещениях без центрального отопления и (или) водоснабжения;
- покупка и доставка на дом промышленных товаров первой необходимости;
- сдача вещей в стирку, химчистку, ремонт, обратная их доставка;
- содействие в организации ремонта и уборки жилых помещений;
- содействие в оплате жилья и коммунальных услуг;
- содействие в организации предоставления услуг предприятиями торговли, коммунальнобытового обслуживания, связи и другими предприятиями, оказывающими услуги населению;
- помощь в чтении и написании писем и другой корреспонденции;
- сопровождение в медицинские учреждения;
- содействие в организации ритуальных услуг.

5.2 Социально-медицинские услуги

Социально-медицинские услуги инвалидам предоставляют в следующих объемах и формах:

5.2.1 Услуги, направленные на обеспечение социальной безопасности инвалидов:

а) содействие в оказании бесплатной медицинской помощи в объеме базовой программы обязательного медицинского страхования граждан Российской Федерации, целевых программ и территориальных программ обязательного медицинского страхования в лечебно-профилактических учреждениях;

б) проведение первичного медицинского осмотра и первичной санитарной обработки, оказание первичной медицинской помощи;

в) создание инвалидам условий проживания, отвечающих санитарно-гигиеническим требованиям;

г) обеспечение ухода с учетом состояния здоровья (обтирание, обмывание, гигиенические ванны, стрижка ногтей, причесывание и др.);

д) содействие в проведении медико-социальной экспертизы;

е) содействие в проведении реабилитационных мероприятий медицинского характера в соответствии с индивидуальными программами реабилитации инвалидов;

ж) организация добровольного участия в лечебно-трудовом процессе с учетом состояния здоровья и желания в соответствии с медицинским заключением;

и) организация прохождения диспансеризации;

к) госпитализация или содействие в госпитализации в лечебно-профилактические учреждения, содействие в направлении (по показанию врачей) на санаторно-курортное лечение;

л) содействие в получении бесплатной зубопротезной (за исключением протезов из драгоценных металлов и других дорогостоящих материалов) и протезно-ортопедической помощи;

м) содействие в обеспечении техническими средствами ухода и реабилитации;

н) организация квалифицированного медицинского консультирования;

п) оказание помощи в медицинской реабилитации;

р) помощь в выполнении процедур, связанных со здоровьем (прием лекарств, закапывание капель. пользование катетерами и другими изделиями медицинского назначения);

с) профилактика и лечение пролежней;

т) проведение оздоровительных тренингов для детей-инвалидов с использованием тренажеров:

- аэробных, силовых, гребных;
- велотренажеров;
- беговых (роликовых) дорожек;
- манежей, ходунков, батутов;
- для укрепления позвоночника, мышц бедра, для разработки нижних конечностей;
- шведских стенок, массажных кушеток, шариковых бассейнов и др.;

у) организация игр с детьми-инвалидами в игровых комнатах с набором различных игр;

ф) занятия с детьми-инвалидами в сенсорных комнатах с использованием набора следующих средств:

- ламп на соляных кристаллах;
- воздушно-пузырьковых колонок;
- набора различных массажных мячей, валиков и пр.;
- комплекта для климато- и ароматерапии с набором солей и ароматических масел;
- сухого душа;

х) проведение диагностики и восстановительного лечения инвалидов в следующих кабинетах биологической обратной связи (БОС):

- опорно-двигательных;
- логотерапевтических;
- коррекции зрения;
- кардиопульмамологических;
- урологических;
- акушерско-гинекологических;
- коррекции психоэмоционального состояния;

ц) проведение лечебно-оздоровительных мероприятий для инвалидов с использованием:

- гимнастических колец, палок, скамеек, матов, обручей, резиновых лент, булав;
- кистевых и грудных эспандеров;
- гантелей разной массы;
- столов, ракеток и мячей для настольного тенниса;
- шведских стенок, гребных тренажеров, кистевых динамометров, туторов, роликовых дорожек и др.

5.2.2 Прочие социально-медицинские услуги

- санитарно-гигиенические услуги;
- организация лечебно-оздоровительных мероприятий;

- содействие в проведении реабилитационных мероприятий медицинского характера в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида;
- помощь в освоении и выполнении посильных физических упражнений;
- консультирование по социально-медицинским вопросам (гигиена питания и жилища, избавление от вредных привычек и др.);
- содействие в обеспечении по медицинским показаниям лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения;
- содействие в получении путевок на санаторно-курортное лечение;
- оказание экстренной доврачебной помощи, вызов врача на дом, сопровождение обслуживаемых инвалидов в учреждения здравоохранения и посещение их в этих учреждениях в случае госпитализации;
- выполнение медицинских процедур (измерение температуры тела, артериального давления, наложение компрессов, перевязка, инъекции, обработка пролежней, раневых поверхностей, выполнение очистительных клизм);
- обучение родственников больных практическим навыкам общего ухода за ними;
- наблюдение за состоянием здоровья и оказание санитарно-гигиенической помощи обслуживаемым инвалидам (обтирание, обмывание, гигиенические ванны, стрижка ногтей, причесывание);
- взятие материалов для проведения лабораторных исследований (кал. моча);
- проведение санитарно-просветительской работы;
- социально-медицинский патронаж инвалидов.

5.3 Социально-психологические услуги

Социально-психологические услуги инвалидам предоставляют в следующих объемах и формах:

5.3.1 Услуги, направленные на обеспечение социально-психологической безопасности инвалидов:

а) социально-психологическое консультирование (получение от клиента информации о его проблемах, обсуждение с ним этих проблем для раскрытия и мобилизации внутренних ресурсов и последующего решения его социально-психологических проблем);

б) психодиагностика (выявление и анализ психического состояния и индивидуальных особенностей личности клиента, влияющих на отклонения в его поведении и взаимоотношениях с окружающими людьми, обуславливающих затруднения его самореализации в различных сферах жизнедеятельности, для составления прогноза и разработки рекомендаций по психологической коррекции личности клиента);

в) психологическая коррекция (активное психологическое воздействие, направленное на преодоление или ослабление отклонений в развитии для обеспечения соответствия психологических особенностей возрастным нормативам, оказание помощи в преодолении трудностей повседневной жизни, определяемых психологическими причинами, проблем и жалоб невротического характера, а также при стремлении личности изменить свою жизнь либо ставящей цель личностного развития, посредством психокоррекционных воздействий, направленных на оптимизацию поведения и развитие личности лица с инвалидностью;

г) психологические тренинги (активное психологическое воздействие, направленное на формирование отсутствующих или недостающих психологических умений и навыков, необходимых для адаптации к изменяющимся условиям жизни и успешной самореализации в различных сферах жизнедеятельности);

д) психологическая помощь и поддержка (психологические воздействия в системе «психолог — клиент», направленные на решение проблем клиента, лежащих в основе глубинных жизненных трудностей и межличностных конфликтов);

е) социально-психологический патронаж (систематическое наблюдение за клиентами для своевременного выявления ситуаций психического дискомфорта или межличностного конфликта и других ситуаций, могущих усугубить трудную жизненную ситуацию, и оказания клиентам, при необходимости, психологической помощи и поддержки).

ж) проведение занятий в группах взаимоподдержки, клубах общения;

и) лсихолрофилактическая работа (содействие в формировании у клиентов потребности в психологических знаниях, желании использовать их для работы над собой, своими проблемами, в создании условий для своевременного предупреждения возможных нарушений в становлении и развитии личности клиента, затруднений его самореализации в различных сферах жизнедеятельности);

к) проведение мероприятий по психологической разгрузке инвалидов с использованием оборудования для ароматерапии, аудиоаппаратуры с набором кассет, компакт-дисков, видеомагнитофонов с набором видеокассет, телевизоров.

5.3.2 Прочие социально-психологические услуги:

- экстренная психологическая помощь (в том числе по телефону);
- посещение специалистом-психологом в стационарных учреждениях здравоохранения для консультационно-психокоррекционных услуг.

5.4 Социально-педагогические услуги

Социально-педагогические услуги инвалидам предоставляют в следующих объемах и формах:

5.4.1 Социально-педагогические услуги, направленные на обеспечение социальной безопасности инвалидов:

а) организация получения образования инвалидами с учетом их физических возможностей и умственных способностей, создание условий для дошкольного воспитания детей-инвалидов и получения ими образования по специальным программам, создание условий для получения школьного образования по специальным программам;

б) услуги, связанные с социально-трудовой реабилитацией: создание условий для использования остаточных трудовых возможностей и участия в трудовой деятельности, проведение мероприятий по обучению доступным профессиональным навыкам, восстановлению личностного и социального статуса;

в) социально-педагогическое консультирование;

г) организация досуга (посещение театров, выставок, экскурсии, концерты художественной самодеятельности, юбилеи и другие культурные мероприятия);

д) педагогическая коррекция.

5.4.2 Прочие социально-педагогические услуги:

- организация досуга (встречи с деятелями литературы и искусства, концерты, посещение театров, выставок и другие культурные мероприятия);
- содействие в организации обучения детей-инвалидов на дому, определение формы обучения детей, оказание практической помощи в организации обучения;
- содействие в организации труда детей-инвалидов и членов их семей на дому;
- помощь родителям в обучении детей-инвалидов навыкам самообслуживания, поведения в быту и общественных местах, а также другим формам жизнедеятельности;
- обучение родителей детей-инвалидов основам их реабилитации в домашних условиях.

5.5 Социально-трудовые услуг

5.5.1 Социально-трудовые услуги инвалидам всех групп предоставляют в виде содействия трудоустройству инвалидам (через службы занятости), предполагающего целенаправленную деятельность по подбору им рабочих мест, на которых обеспечивается соответствие выполняемого труда их профессиональной подготовке.

Процесс содействия трудоустройству включает в себя следующие социальные услуги:

- консультирование и информирование граждан по вопросам трудоустройства;
- содействие в поиске подходящей работы;
- трудоустройство на открытом рынке труда;
- трудоустройство на дому.

5.5.1.1 Консультирование инвалидов по вопросам трудоустройства включает в себя:

- прогнозирование различных вариантов трудовой деятельности;

- составление плана трудоустройства, включая необходимую психологическую поддержку;
- социальную адаптацию на рынке труда;
- помощь в разрешении проблем инвалидам, испытывающим трудности в поиске подходящей работы.

5.5.1.2 Консультирование и информирование инвалидов по вопросам трудоустройства предполагает сообщение им информации о состоянии рынка труда, наличии вакантных рабочих мест, спектре профессий, требованиях доступных человеку профессий, условиях и характере труда, различных вариантах занятости (общественные работы, постоянное или временное трудоустройство, предпринимательская деятельность и т. п.). о правах и гарантиях в области занятости населения и защиты от безработицы.

5.5.1.3 Содействие инвалидам в трудоустройстве предполагает помощь им в получении подходящей работы в соответствии с их интересами, способностями, возможностями и с потребностями рынка труда. Подбор варианта подходящей работы осуществляют с учетом профессии (специальности), должности, вида деятельности, уровня профессиональной подготовки и квалификации, опыта и навыков работы, размера среднего заработка по последнему месту работы, транспортной доступности рабочего места, пожеланий гражданина к искомой работе (заработной платы, режима рабочего времени, места расположения, характера труда, должности, профессии/специальности), а также требований работодателя к исполнению трудовой функции и кандидатуре работника.

5.5.1.4 Организация лечебно-трудовой деятельности инвалидов с применением средств, адаптированных для них:

- швейных и вязальных машин, приспособлений и устройств для управления ими, изделий и приспособлений, используемых в процессе шитья, вязанья, вышивания и глаженья;
- пишущих машинок с крупным шрифтом и шрифтом Брайля и приспособлений для работы на них;
- садовых инструментов и приспособлений, обеспечивающих инвалидам возможность работы с ними;
- приспособлений для занятия гончарными работами, ловлей рыбы и т.д.

5.5.1.5 Трудоустройство инвалида на открытом рынке труда — целонаправленная деятельность, позволяющая подобрать подходящую работу и обеспечить рациональное трудоустройство в соответствии с его трудовыми возможностями.

5.5.1.6 Трудоустройство на дому — целенаправленная деятельность, позволяющая инвалиду подобрать подходящую работу на дому и обеспечить рациональное трудоустройство в домашних условиях в соответствии с его трудовыми возможностями.

5.5.1.7 Содействие несовершеннолетним инвалидам (через органы опеки, попечительства и службы занятости) в получении временной или постоянной работы, соответствующей их возможностям, интересам, потребностям, а также в профессиональной ориентации и получении специальности.

5.5.2 Дополнительные социально-трудовые услуги инвалидам отдельных групп в зависимости от особенностей их социального положения предоставляют в следующих объемах и формах.

5.5.2.1 Социально-трудовые услуги малоимущим инвалидам с несовершеннолетними детьми:

а) консультирование по вопросам самообеспечения семьи;

б) организация мероприятий по привлечению средств для оказания помощи таким семьям путем проведения благотворительных аукционов, выставок-продаж вещей, бывших в употреблении, и т.д.

5.5.2.2 Социально-трудовые услуги несовершеннолетним инвалидам:

а) содействие в выборе профессии, получении квалификации, трудоустройстве;

б) консультирование по вопросам самообеспечения.

5.5.2.3 Социально-трудовые услуги инвалидам, желающим найти временную работу, работу с сокращенным рабочим днем, работу на дому или в других определенных условиях:

а) содействие в поиске требуемой работы и устройстве на нее,

б) консультирование по вопросам развития семейного предпринимательства, надомных промыслов и другим вопросам улучшения своего материального положения.

5.5.2.4 Социально-трудовые услуги выпускникам специализированных учреждений социального обслуживания для несовершеннолетних и школ-интернатов:

а) содействие (через органы опеки, попечительства и службы занятости) в получении временной или постоянной работы, соответствующей их возможностям, интересам, потребностям, а также в профессиональной ориентации и получении специальности;

б) социально-экономическая помощь и поддержка на начальном этапе самостоятельной жизни до достижения совершеннолетия;

в) консультирование по вопросам самообеспечения.

5.5.2.5 Социально-трудовые услуги инвалидам, пострадавшим от торговли людьми или условий, сходных с рабскими:

а) содействие в поиске работы и устройстве на нее;

б) содействие (через службы занятости) в получении временной или постоянной работы, а также в профессиональной ориентации.

5.5.2.6 Социально-трудовые услуги инвалидам, освобождающимся из мест лишения свободы:

а) содействие в поиске работы и устройстве на нее,

б) содействие (через службы занятости) в получении временной или постоянной работы, а также в профессиональной ориентации.

5.5.2.7 Социально-трудовые услуги инвалидам, находящимся в ситуации, связанной с вынужденным переездом с места постоянного проживания, в том числе беженцам и вынужденным переселенцам:

а) содействие в поиске работы и устройстве на нее;

б) содействие (через службы занятости) в получении временной или постоянной работы, а также в получении профессиональной ориентации;

в) консультирование по вопросам развития семейного предпринимательства, надомных промыслов и другим вопросам улучшения материального положения.

5.6 Социально-правовые услуги

Все социально-правовые услуги, изложенные в настоящем подразделе, направлены на обеспечение социальной безопасности инвалидов и предоставляются в следующих объемах и формах:

- консультирование по вопросам, связанным с правами инвалидов на социальное обслуживание в государственных и негосударственных системах социальных служб и защиту своих интересов;
- оказание помощи в подготовке и подаче жалоб на действия (или бездействие) социальных служб или работников этих служб, нарушающих или ущемляющих законные права инвалидов;
- оказание помощи в оформлении документов, в том числе удостоверяющих личность;
- оказание помощи в пенсионном обеспечении и предоставлении других социальных выплат;
- содействие в осуществлении установленных законодательством Российской Федерации мер социальной поддержки инвалидов;
- содействие в получении бесплатной помощи адвоката в порядке, установленном законодательством Российской Федерации;
- обеспечение свободного посещения инвалидов нотариусом, законными представителями, представителями общественных объединений, священнослужителями, родственниками и другими лицами;

- содействие в сохранении занимаемых ранее по договору найма или аренды жилых помещений в домах государственного, муниципального и общественного жилых фондов в течение шести месяцев с момента поступления в стационарное учреждение социального обслуживания, а в случав, если в жилых помещениях остались проживать члены их семей, — в течение всего времени пребывания в этом учреждении;
- оказание помощи проживающим в учреждениях стационарного социального обслуживания детям-инвалидам, являющимся сиротами или лишенным родительского попечительства и достигшим 18-летнего возраста, в обеспечении их жилыми помещениями органами местного самоуправления по месту нахождения данных учреждений либо по месту прежнего места жительства, если индивидуальная программа реабилитации инвалида предусматривает возможность осуществлять им самообслуживание и вести самостоятельный образ жизни;
- содействие в получении юридической помощи, социально-правового консультирования и иных правовых услуг.

5.7 Услуги в целях повышения коммуникативного потенциала получателей социальных услуг, имеющих ограничения жизнедеятельности

Услуги в целях повышения коммуникативного потенциала инвалидов в качестве лиц, имеющих ограничения жизнедеятельности по ГОСТ Р 57760.

5.8 Срочные социальные услуги

Срочные социальные услуги включают в себя:

- обеспечение бесплатным горячим питанием или наборами продуктов;
- обеспечение одеждой, обувью и другими предметами первой необходимости;
- содействие в получении временного жилого помещения;
- содействие в получении юридической помощи в целях защиты прав и законных интересов инвалидов;
- содействие в получении экстренной психологической помощи с привлечением к этой работе психологов и священнослужителей;
- иные срочные социальные услуги в целях оказания неотложной помощи инвалиду.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Обобщенный перечень нормативно-правовых документов по обеспечению доступной среды, документы на предприятии по обслуживанию гостей с ОВЗ.
2. Требования к парковочным местам для специальных автотранспортных средств лиц с ограниченными возможностями
3. Требования к обеспечению входа в коллективное средство размещения для лиц с ограниченными возможностями
4. Требования к помещению (зданиям) гостиничного комплекса для обслуживания лиц с ограниченными возможностями
5. Требования оснащения СПиР гостиничного комплекса для обслуживания лиц с ограниченными возможностями
6. Требования зоны помощи при эвакуации гостиничного комплекса для обслуживания лиц с ограниченными возможностями
7. Требование обеспечения безопасности гостей с ОВЗ

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **ТУРИСТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ**

2. Раздел 1. КЛИЕНТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Тема 1.1 Особые потребности потребителей туристских услуг

Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

3. Цели занятия.

-сформировать представление о правилах обслуживания потребителей услуг сферы туризма и гостеприимства, в том числе лиц с ОВЗ

- сформировать представление о безопасности обслуживания потребителей туристских услуг

-изучить требования охраны труда и техники безопасности в подразделениях предприятий гостиничной и туристической деятельности

4. Структура практического занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	. Инклюзивный туризм за рубежом и в России.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1.1: Особые потребности потребителей туристских услуг

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Инклюзивный туризм за рубежом и в России.
2. Организация туруслуг для лиц с нарушениями слуха
3. Организация туруслуг для лиц с нарушениями зрения.
4. Потребности туристов с ДЦП.
5. Организация туруслуг для лиц с нарушениями речи.
6. Оказание услуг лицам с задержкой психического развития, лица с умственной отсталостью, лицам со сложными нарушениями развития, лицам с ранним детским аутизмом, лицам с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.

Тема практического занятия 1.2: Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Социальная адаптация клиентов с особыми потребностями средствами туризма
2. Содержание здоровьесберегающих технологий.
3. Основные понятия адаптации и реабилитации как технологий здоровьясбережения.
4. Рекреационные услуги для лиц с особыми потребностями
5. Природа как основа туристско-рекреационных услуг с ОВЗ.
6. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. ТУРИСТЫ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ
2. РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Тема 2.1. Понятие социального туризма

Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

3. Цели занятия.

- сформировать представление о формах и методах контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства
- сформировать представление о целях и задачах проекта
- изучить технико-экономическое обоснование проектов, реализуемых организациями избранной сферы профессиональной деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Санаторно-курортные услуги для лиц с ОВЗ.	Групповая, научная

		дискуссия, диспут Дискуссия
2	Инновационные технологии, оборудование для организации путешествий для лиц с ОВЗ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2.1: Понятие социального туризма

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Особенности организации и финансирования социального туризма.
2. Виды социального туризма. Организация финансирования социального туризма.
3. Понятие доступной среды.
4. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.
5. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
6. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.
7. Безбарьерная (доступная) среда жизнедеятельности для лиц с ограниченными физическими возможностями: понятие, состояние, пути развития и совершенствования.
8. Федеральное законодательство в сфере обеспечения безбарьерной среды жизнедеятельности лиц с ограниченными возможностями и его характеристика.
9. Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения.
10. Инфраструктура безбарьерного туризма.

Тема практического занятия 2.2: Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание задания:

Вариант 1.

Провести обследование объекта по степени приспособленности для инвалидов объектов городской инфраструктуры, заполнить анкету доступности для инвалидов общественных зданий. На основании заполненной анкеты доступности с использование формируется

паспорт доступности объекта. Итогом выполнения кейс-задания является – разработка рекомендаций для администрации объекта (собственников, правообладателей) по повышению комфортности пребывания лиц с ОВЗ при посещении объекта (получении услуги). В качестве объекта выступает:

- Санаторно-курортный комплекс
- Санаторий
- Профилакторий

В ходе обследования определяются:
- соответствие параметров элементов объекта и функциональных зон, обеспечивающих условия его доступности и предоставляемых услуг для инвалидов всех категорий условиям доступности, в том числе при оказании помощи инвалиду сотрудниками объекта или сопровождающим;
- рекомендации по адаптации основных функциональных зон объекта с последующим занесением этих данных в паспорт доступности объекта;
- разрабатывается план мероприятий по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг (дорожная карта).

Кроме того, определяется порядок сопровождения инвалидов с тяжелыми ограничениями в передвижении и ориентации и оказания им помощи в преодолении препятствий для обеспечения получения услуги (услуг) и помощи в чрезвычайных ситуациях. В соответствии с установленным порядком сопровождения вносятся изменения в административный регламент в части организации работы по обеспечению доступности услуг, сопровождению инвалидов и оказанию им необходимой помощи в преодолении препятствий; в должностные инструкции лиц, назначенных за ответственными за организацию работы по обеспечению доступности объектов и услуг, за сопровождение инвалидов и оказание им необходимой помощи.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля – Контрольная работа

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся

ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.	
Тема1.1 Показатели доходности гостиничного предприятия, управление ими	Показатели доходности гостиничного предприятия Индексы эффективности гостиничного предприятия Границы ценообразования и управления доходами. Особенности управления доходами гостиничного предприятия с юридической стороны Юридические особенности управления доходами. Законодательные акты в области ценообразования. Пример закона: акт Робинсона-Пэтмана (Robinson–Patman Act, Anti-Price Discrimination Act). Подход «Захватить и подменить». Подходы к ценообразованию в гостиничных предприятиях Особенности ценообразования в зависимости от канала продаж. Особенности ценообразования на основе издержек. Особенности ценообразования на основе оценки рынка. Особенности ценообразования на основе ценности продукта/услуги. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберта.
Тема 1.2. Подходы к	Системный подход к управлению доходами. Уровни

управлению доходами : экономический, бухгалтерский.	управления доходами. Чистый эффект от системы управления доходами. Измерение эффективности системы управления доходами. Контроль бронирования. Пределы бронирования, уровни ограничения. Правило Литтлвуда. Управление доходами при групповых бронированиях. Перебронирование. Модель потребительского бронирования; модель «Newsboy»; метод критического уровня. Эвристические методы. Механизмы контроля уровня бронирования. Измерение и управление перебронированием. Факторы перебронирования: отъезды, гарантированные бронирования, Негарантированные бронирования, досрочные отъезды, продленные бронирования, отмены, отмены с установленным ожиданием до определенного срока, неявки по гарантированным и негарантированным бронированиям, штрафы за неявки, досрочные приезды, номера, временно выбывшие из общего номерного фонда. Альтернативы перебронированию. Вопросы сетевого управления гостиничных предприятий. Ценообразование на основе цен, предлагаемых покупателями. Управление доходами в сопутствующих отраслях. Распределение мощностей гостиничного предприятия. Двух тарифная проблема. Многотарифная проблема. Распределение при зависимом спросе. Измерение эффективности распределения мощностей гостиничного предприятия.
РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ.	
Тема 2.1. Ключевые факторы, влияющие на доходы отеля	Сегментирование рынка. Определение границ сегмента Определение спроса и предложения на услуги Виды программного обеспечения для прогнозирования рынка Конкурентоспособность гостиничного предприятия Позиционирование гостиницы Календарь спроса Система скидок гостиничного предприятия. Система рыночных отчетов гостиничного предприятия. Разработка бюджета мероприятия. Разработка бюджета отдела гостиницы.
Тема 2.2. Ценообразование в гостиничном бизнесе	Обзор теорий ценообразования. Монополистическое ценообразование. Излишек производителя и излишек потребителя. Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации. Двухкомпонентные тарифы. Скидки с объема продаж. Ценообразование пакетных услуг. Дифференцированное ценообразование. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе. Подход как к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей. Влияние сдвигов спроса. Основы оптимизации цен. Специальные цены. Запрос на продукт (Request For Proposal – RFP). Запрос на цену (Request For Quotation – RFQ). Кривая выигрыша/проигрыша. Логистическая регрессия. Динамическое ценообразование. Розничное динамическое ценообразование. Ценообразование при электронных продажах. Оптимизация объявленных прейскурантных цен. Выявление потребности в создании новых тарифов.

	Экономика ценового дифференцирования. Ограничения ценового дифференцирования. Тактика ценового дифференцирования. Тактика ценового дифференцирования. Скидки при продажах больших объемов гостиничных услуг.
РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	
Тема 3.1. Управленческий учет затрат на предприятии гостиничного типа	Классификация и особенности основных фондов гостиницы; Показатели оценки состояния и движения основных фондов. Моральный и физический износ основных фондов; Показатели эффективности использования основных фондов гостиничного предприятия; Оборотные средства гостиничного предприятия. Планирование потребности в оборотных средствах гостиничного хозяйства Экономическая сущность основных фондов гостиницы изучить законодательные документы в РФ. Положение «Особенности состава затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта организациями, занимающимися туристской деятельностью». Условия реализации различных дополнительных услуг в гостиничных комплексах Изучение финансовой отчетности гостиничного предприятия. Определить определение основных показателей, характеризующих деятельность гостиницы по бухгалтерскому балансу. Работа может выполняться в малых группах. По результатам работы формируется отчет.
Тема 3.2. Показатели эффективности эксплуатации гостиничных мест.	Текущие затраты и себестоимость услуг гостиничного хозяйства; Понятие затрат и себестоимости услуг. Классификация затрат. Характеристика затрат на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия. Планирование затрат гостиничного хозяйства. Ценообразование в сфере гостиничных услуг. Ценовая политика гостиницы. Подходы и методы ценообразования Постоянные и переменные издержки Обобщить проблемы использования метода «директ-костинга» в России, сформулировать возможности и условия его использования в туристской деятельности.
РАЗДЕЛ 4. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ, РАСХОДАМИ, ПРИБЫЛЬЮ	
Тема 4.1. Показатели эффективности деятельности гостиницы	Прибыль и рентабельность гостиничного хозяйства. Формирование прибыли гостиничного хозяйства. Виды прибыли. Порог рентабельности. Рентабельность гостиничного предприятия. Результаты финансово-экономического анализа. Разработка управленческих решений.
Тема 4.2. Совершенствование учета и планирования доходов и расходов гостиничной организации	Сущность и различие понятий: затраты, расходы и издержки. Объекты и субъекты управления затратами на предприятии. Особенности затрат как предмета управления Взаимосвязь функций управления затратами. Принципы управления затратами на предприятии Причины множественности признаков классификации затрат

	перечислите виды затрат гостиничного предприятия Порядок определения допустимых затрат на услуги гостиницы Влияние инфляции на уровень затрат. Планирование доходов, расходов гостиничного предприятия

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной

дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

Тема1.1 Показатели доходности гостиничного предприятия, управление ими

Вопросы для самоподготовки:

1. Границы ценообразования и управления доходами.
2. Ценообразование в зависимости от канала продаж.
3. Ценообразование на основе издержек.
4. Ценообразование на основе оценки рынка.
5. Ценообразование на основе ценности продукта/услуги.
6. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберта.
7. Юридические особенности управления доходами.
8. Законодательные акты в области ценообразования.
9. Пример закона: акт Робинсона-Пэтмана (Robinson–Patman Act, Anti-Price Discrimination Act).
10. Подход «Захватить и подменить».
11. Показатели доходности гостиничного предприятия
12. Индексы эффективности гостиничного предприятия
13. Подходы к ценообразованию в гостиничных предприятиях
14. Особенности управления доходами гостиничного предприятия с юридической стороны

Тема 1.2. Подходы к управлению доходами: экономический, бухгалтерский.

Вопросы для самоподготовки:

1. Управление доходами площадок для мероприятий.
2. Ограничения характеристики площадей.
3. Способы измерения эффективности управления.
4. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса.
5. Применение расчета цены на квадратный метр.
6. Согласование цены и технических ограничений.
7. Составление отчетов по использованию конференц-площадок.
8. Сопоставление и слияние прогноза загрузки и прогноза использования конференц-площадок.
9. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров.

10. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).
11. Программное обеспечение систем управления мероприятиями.

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ.

Тема 2.1. Ключевые факторы, влияющие на доходы отеля

Вопросы для самоподготовки:

1. Ценообразование при электронных продажах.
2. Оптимизация объявленных прейскурантных цен.
3. Выявление потребности в создании новых тарифов.
4. Экономика ценового дифференцирования.
5. Ограничения ценового дифференцирования.
6. Тактика ценового дифференцирования.
7. Что такое рыночный сегмент?
8. Как провести сегментирование на гостиничных предприятиях?
9. Какое влияние оказывает сегментирование на ценообразование на гостиничных предприятиях?
10. Какие существуют ограничения при сегментировании?
11. Что такое эффект «каннибализации» на гостиничных предприятиях?
12. Каковы направления применения прогнозирования на гостиничных предприятиях?
13. Каковы направления применения бенчмаркинга на гостиничных предприятиях?
14. Каковы направления применения бюджетирования на гостиничных предприятиях?
15. Охарактеризуйте программные средства прогнозирования.
16. Как проводится сравнение с конкурентами?

Тема 2.2. Ценообразование в гостиничном бизнесе

Вопросы для самоподготовки:

1. Обзор теорий ценообразования.
2. Монополистическое ценообразование.
3. Излишек производителя и излишек потребителя.
4. Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации.
5. Двухкомпонентные тарифы.
6. Скидки с объема продаж.
7. Ценообразование пакетных услуг.
8. Дифференцированное ценообразование.
9. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе.
10. Подход как к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей.
11. Влияние сдвигов спроса. Основы оптимизации цен.
12. Специальные цены.
13. Запрос на продукт (Request For Proposal – RFP).
14. Запрос на цену (Request For Quotation – RFQ).
15. Кривая выигрыша/проигрыша.
16. Логистическая регрессия.
17. Динамическое ценообразование.

18. Розничное динамическое ценообразование.
19. Ценообразование при электронных продажах.
20. Оптимизация объявленных прейскурантных цен.
21. Выявление потребности в создании новых тарифов.
22. Экономика ценового дифференцирования.
23. Ограничения ценового дифференцирования.
24. Тактика ценового дифференцирования.
25. Тактика ценового дифференцирования.
26. Скидки при продажах больших объемов гостиничных услуг.

РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Тема 3.1. Управленческий учет затрат на предприятии гостиничного типа

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды затрат гостиницы
2. Классификация затрат для управленческого учета
3. Классификация затрат по элементам и содержанию
4. Классификация затрат по статьям
5. Классификация и особенности основных и оборотных фондов гостиницы, затраты на них
6. оценки состояния и движения основных фондов.
7. Моральный и физический износ основных фондов;
8. Амортизация как вид затрат гостиничного предприятия

Тема 3.2. Показатели эффективности эксплуатации гостиничных мест.

Вопросы для самоподготовки:

1. Текущие затраты и себестоимость услуг гостиничного хозяйства;
2. Понятие затрат и себестоимости услуг.
3. Классификация затрат.
4. Характеристика затрат на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия.
5. Планирование затрат гостиничного хозяйства.
6. Ценообразование в сфере гостиничных услуг.
7. Ценовая политика гостиницы.
8. Подходы и методы ценообразования

РАЗДЕЛ 4. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ, РАСХОДАМИ, ПРИБЫЛЬЮ

Тема 4.1. Показатели эффективности деятельности гостиницы

Вопросы для самоподготовки:

1. Показатели эффективности деятельности гостиницы
2. Что такое рентабельность Примеры показателей рентабельности.
3. Какие виды рентабельности вам известны
4. Назовите факторы повышения доходов и сокращения расходов

5. Финансовое состояние предприятия, факторы влияющие на результативность деятельности.
6. Привести классификацию системы показателей финансово-хозяйственной деятельности.
7. Назовите как оценить эффективность текущей деятельности
8. Основные направления использования результатов финансово-экономического анализа и разработка управленческих решений.

Тема 4.2. Совершенствование учета и планирования доходов и расходов гостиничной организации

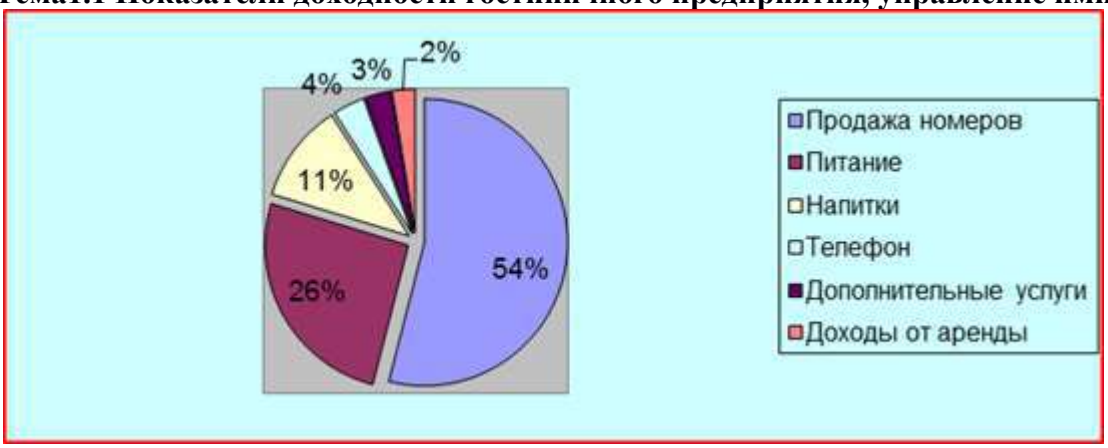
Вопросы для самоподготовки:

1. Планирование доходов и расходов гостиницы
2. Составление планов и отчетности гостиницы
3. Учет и анализ доходов и расходов в подразделениях гостиницы
4. Направления совершенствование учета и планирования на примере гостиничной организации

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

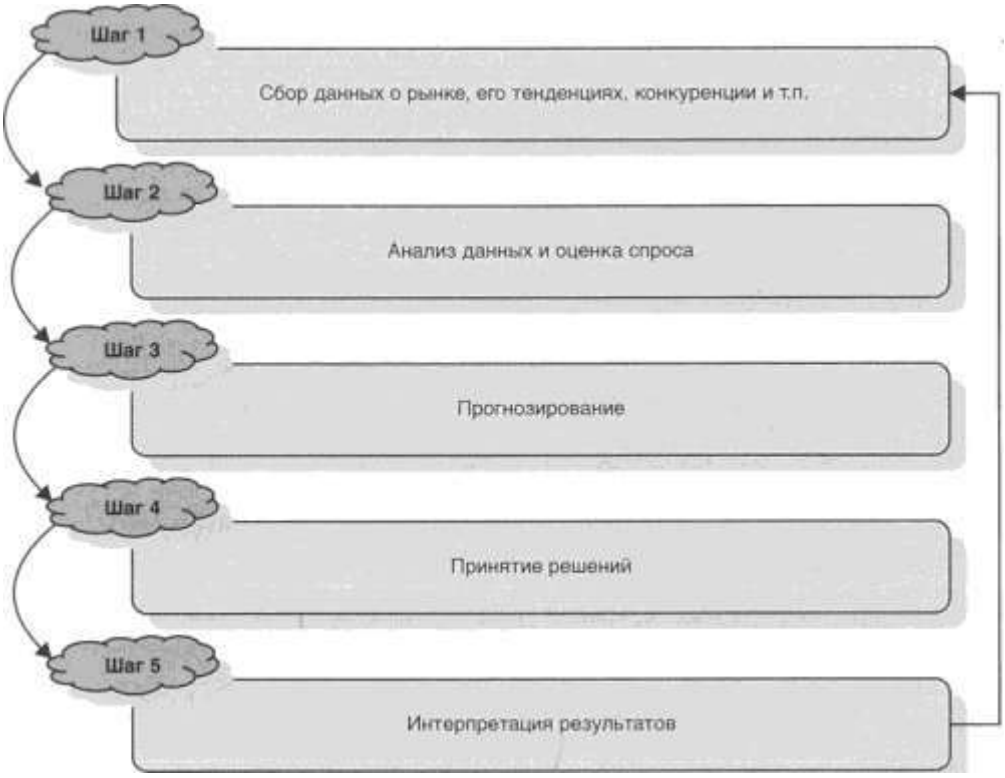
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

Тема1.1 Показатели доходности гостиничного предприятия, управление ими



Структура доходов гостиницы

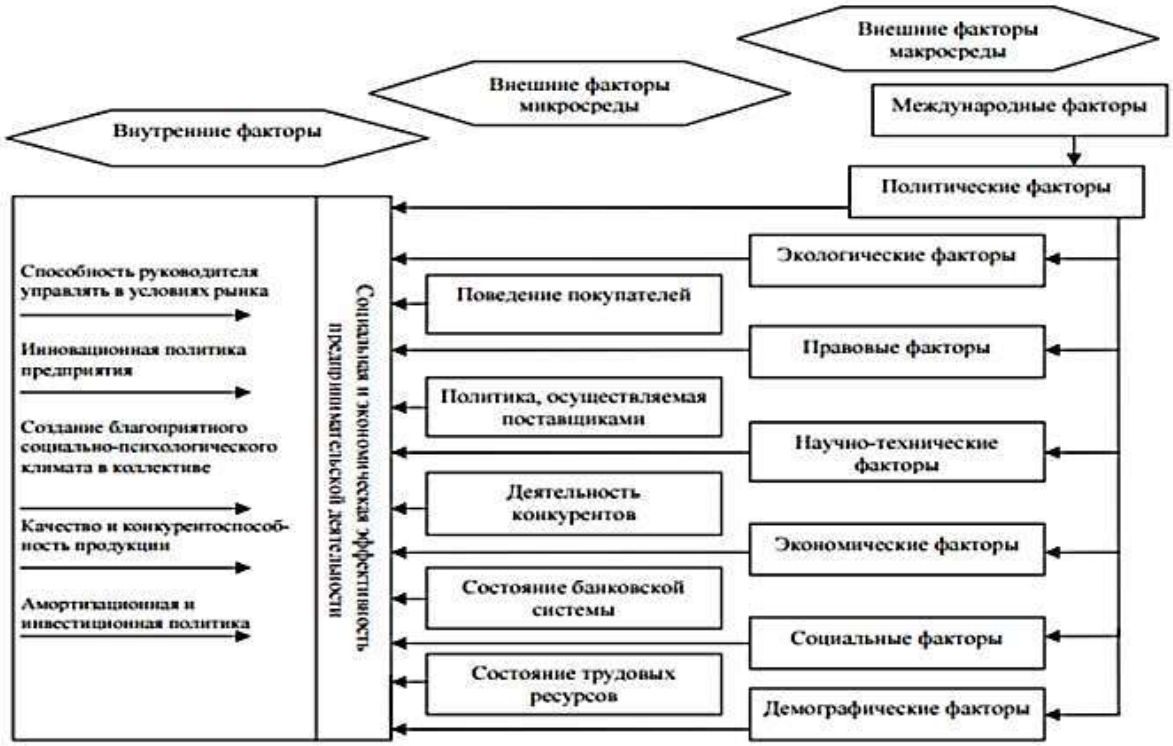
Тема 1.2. Подходы к управлению доходами: экономический, бухгалтерский.



Процесс сбора и обработки информации при управлении доходами отеля

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ.

Тема 2.1. Ключевые факторы, влияющие на доходы отеля



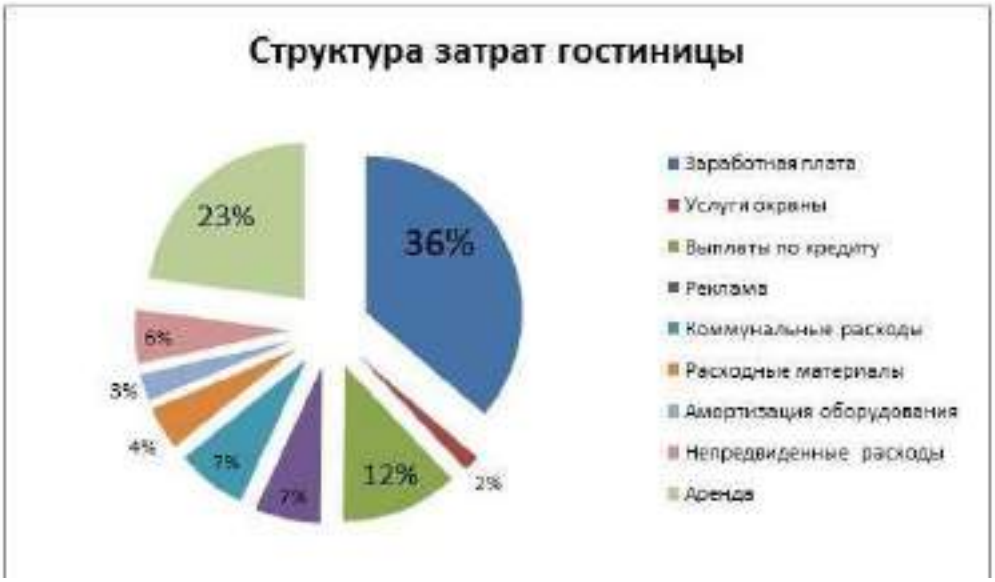
Внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на эффективность функционирования компаний гостиничного бизнеса

Тема 2.2. Ценообразование в гостиничном бизнесе

Управление доходами. Динамическое ценообразование

РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Тема 3.1. Управленческий учет затрат на предприятии гостиничного типа



Структура затрат гостиницы

Тема 3.2. Показатели эффективности эксплуатации гостиничных мест.

Показатели эксплуатации гостиничных номеров

РАЗДЕЛ 4. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ, РАСХОДАМИ, ПРИБЫЛЬЮ

Тема 4.1. Показатели эффективности деятельности гостиницы

Рентабельность деятельности гостиницы

Тема 4.2. Совершенствование учета и планирования доходов и расходов гостиничной организации

Виды отчётности

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и

книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают

общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;

- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач.

Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. /Тема 1.1. Показатели доходности гостиничного предприятия, управление ими. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об особенностях управления доходами гостиничного предприятия
- изучить методики анализа показателей доходности гостиничного предприятия

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Показатели доходности гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Структура доходов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Особенности управления доходами гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Показатели доходности гостиничного предприятия, управление ими

Текст лекции.

В процессе производственной деятельности предприятия постоянно совершают кругооборот денежных средств с целью производства и продажи готовой продукции для получения выручки от реализации. Эффективность работы предприятия в рыночных условиях

определяется размером полученного дохода. Формирование дохода предприятия может осуществляться в различных сферах деятельности: от реализации произведенной готовой продукции, от вложения свободных средств на счета в банках, от инвестирования в строительство и др. Доходы, получаемые от всех сфер деятельности предприятия, формируют общий доход предприятия.

Экономическая сущность гостиничной деятельности заключается в том, что она имеет нематериальный характер. Результатом производственно-эксплуатационной деятельности гостиниц является не «готовый продукт», а предложение особого вида услуг. При этом услуги не могут производиться отдельно от существующего материального продукта, то есть без эксплуатации материально-технической базы (здания, сооружения, оборудование, инвентарь), которая выступает основой производства и реализации предлагаемых услуг. С учетом особенностей обслуживания в гостиничном хозяйстве, где сочетаются производство и потребление услуг, этот процесс определяется понятием «предоставление услуг». Следует подчеркнуть, что в процессе этой деятельности осуществляется продажа и непосредственное оказание услуг.

Ускоренное развитие туристической отрасли, стремление предприятий к получению наивысшей прибыли и растущая платежеспособность потребителей услуг способствуют расширению и разнообразию гостиничной деятельности. Наряду с услугами проживания и питания предлагаются такие дополнительные услуги, как: обслуживание деловых встреч, спортивные, медицинские, посреднические, коммунально-бытовые и др. При этом предприятия гостиничного хозяйства расширяют услуги не только присущие данной отрасли, но и другим отраслям, например, пищевой.

Реализацией туристических и гостиничных услуг завершается процесс кругооборота оборотных средств предприятия и создается возможность возобновить цикл производства, используя выручку от реализации услуг для приобретения новых производственных запасов, для оплаты труда персонала, расчетов с разными организациями, с бюджетом по налогам и другим платежам, органами социального и пенсионного страхования и прочее.

В результате реализации туристических и гостиничных услуг гостиничные хозяйства должны возмещать не только расходы на их формирование и продажа, но иметь еще и прибыль.

Основной деятельностью гостиничных хозяйств являются операции, связанные с производством или реализацией продукции (товаров, работ, услуг), являющиеся главной целью создания предприятия и обеспечивают основную часть его дохода.

Доход от осуществления основной деятельности гостиница получает в форме выручки от реализации услуг. Если размер полученного дохода является достаточным для покрытия затрат предприятия, выполнения обязательств перед бюджетом и образования прибыли, можно считать, что, действительно, этот гостиничный продукт соответствует требованиям и спросу рынка по цене, качеству, техническими, технологическими и другими характеристиками.

Доход, связанный с предоставлением услуг, признается исходя из степени завершенности операции по предоставлению услуг может быть достоверно оценен результат этой операции.

Исходя из принципа начисления, факт признания доходов в бухгалтерском учете и финансовой отчетности не зависит от даты поступления или уплаты денежных средств. Итак, доходы отражаются в бухгалтерском учете и финансовой отчетности за датой предоставления услуги.

По своему экономическому содержанию гостиничную услугу можно считать оказанной в полном объеме после того, как гость закончил пользоваться предоставленным ему помещением, то есть по факту его выезда из отеля (освобождение номера или места) при условии, что услуга полностью соответствует требованиям присужденной категории.

Определение уровня завершенности операции осуществляется с учетом следующих условий. С целью учета и анализа гостиничная услуга идентифицируется с эпохой. Единица услуги (койко-сутки) считается оказанной в полном объеме только после окончания суток и, соответственно, в учете доход от реализации гостиничной услуги отражается не в день

поселения гостя, а на следующий день. Причем если гость поселился не на одну ночь, а на несколько дней, доход от реализации отражается за каждые сутки отдельно.

При оказании услуг гостиничными хозяйствами в течение нескольких отчетных периодов доходы отчетного периода определяются исходя из степени завершенности операции.

Оценка степени завершенности операции по предоставлению услуг проводится определением удельного веса объема услуг, предоставленных за определенный период, в общем объеме услуги, которые должны быть предоставлены, таким образом:

Коэффициент удельного веса (%) =Объем выполненных услуг на отчетную дату / Общий объем услуг, которые были предоставлены

Такую методику "накопления" применяет для учета дохода основной деятельности гостиницы большинство предприятий мировой индустрии гостеприимства. Именно этот метод наиболее точно отражает процессы и результаты, имеющие место в отеле. Финансовые отчеты, построенные на основе данного метода, содержат наиболее точные данные о доходах и расходах.

Рассмотрим возможность соблюдения условий достоверной оценки дохода основной деятельности отеля.

Основой оценки дохода является его идентификация с определенной услугой и номером (или места) в гостинице. Оплата услуги и, соответственно, доход (выручка) от предоставления места проживания включает стоимость бронирования места, проживания, дополнительных услуг и страховки, а также косвенные налоги, к которым относятся гостиничный сбор и налог на добавленную стоимость. Названные составляющие дохода, кроме стоимости дополнительных услуг и страхования, зависят от стоимости проживания.

Таким образом, в структуре счета на проживание гостя в отеле включается как оплата собственных расходов при пользовании номерным фондом, прибыль предприятия, так и сумма налогов, сборов и других платежей, подлежащих перечислению в соответствующие органы.

В основу организации учета доходов основной деятельности гостиницы возложена источники формирования дохода (выручки) от операционной деятельности предприятий гостиничного хозяйства, а именно:

1. Доход (выручка) от производственно-эксплуатационной деятельности предприятий гостиничного хозяйства:

— от реализации услуг с временного размещения (проживания);
— от бронирование мест/номеров;
— от дополнительных платных услуг.

2. Доход (выручка) заведений ресторанного хозяйства:

— от реализации продукции собственного производства;
— от реализации покупных товаров;
— от дополнительных платных услуг.

3. Доход (выручка) от деятельности предприятий торговли:

— от реализации товаров и услуг.

4. Доход (выручка) от реализации услуг заведений развлечений.

Весомую долю в доходах предприятий гостиничного хозяйства занимают и другие операционные доходы. А именно:

— доходы от операционной аренды активов (например, номерной фонд, нежилые помещения, торговые площади, транспортные средства, игровые автоматы);
— доходы от операционных курсовых разниц (покупка и продажа валюты);
— возмещение ранее списанных активов;
— доходы от реализации оборотных активов (кроме финансовых инвестиций).

Незначительную долю доходов можно получить также от участия капиталов предприятий, от других финансовых доходов: доходы, полученные от инвестиций в ассоциированные дочерние или совместные предприятия, учет которых осуществляется методом участия в капитале; дивиденды, проценты и другие доходы, полученные от финансовых инвестиций (кроме доходов, учет которых осуществляется методом участия в

капитале). Также могут быть ситуации, когда доход приносит реализация финансовых инвестиций, внеоборотных активов, имущественных комплексов, от неоперационных курсовых разниц и др.

Для правильного определения дохода необходимо указать в учетной политике перечень услуг, которые предоставляет торговое предприятие. Услуги, не включенные в этот перечень, рассматриваются как дополнительные, которые оплачиваются сверх стоимости услуги.

Доход признается при соблюдении следующих условий:

1. Сумма дохода (выручки) может быть достоверно определена;
2. Есть уверенность, что в результате операции состоится увеличение экономических выгод предприятия.
3. Покупателю переданы риски и выгоды, связанные с правом собственности на гостиничные услуги.
4. Предприятие не осуществляет в дальнейшем управление и контроль за предоставляемыми услугами.

Если не выполнено хотя бы одно из приведенных выше условий, доход не признается.

Для выполнения условия достоверности сумма дохода должна определяться в сумме денежных средств, поступивших на предприятие в качестве оплаты за предоставленные услуги, или в сумме дебиторской задолженности на основании договора купли-продажи услуг, которым устанавливается цена на услуги, предоставляемые.

Кроме существования классификации доходов деятельности предприятий гостиничного хозяйства, существуют еще и факторы, которые четко влияют на формирование дохода и его размер. Среди таких можно определить внешние факторы и внутренние.

К внешним факторам можно отнести:

— государственную ценовую политику;
— участие государства в формировании и распределении доходов населения;
— платежеспособный спрос населения;
— культуру и национальные особенности потребления услуг;
— соотношение цен на продовольственные и непродовольственные товары, платные услуги населения;
— государственную налоговую политику;
— уровень конкуренции на потребительском рынке;
— политическую ситуацию в стране и в мире;
— развитие инфраструктуры, использование всех имеющихся возможностей для создания конкурентоспособных предприятий гостиничной отрасли;
— уровень развития финансового рынка;
— сезонность спроса на гостиничные услуги;
— сезонность спроса на ресторанную продукцию и услуги.

Следовательно, можно сделать вывод, что основным фактором воздействия является государство, которое регулирует деятельность предприятий данной отрасли и замедляет тем самым процесс реорганизации и обновления устаревшей базы на новую, более совершенную и рентабельную. Немаловажным фактором является платежеспособность населения, соотношение между спросом и предложением, соотношение между уровнем сервиса и уровнем цен на эти услуги.

Также существует ряд внутренних факторов, которые существенно влияют на уровень доходов гостиничных предприятий:

— объем реализованной продукции и услуг (в натуральном выражении);
— цены на продукцию на услуги;
— местонахождение предприятия;
— обеспеченность человеческими ресурсами (по общему объему и квалифицированным составом);
— эффективность использования материально-технической базы;
— ассортимент дополнительных услуг;

— маркетинговая деятельность предприятия;
— количество мест.

Эти факторы влияют на прибыль каждого отдельного предприятия гостиничного хозяйства. Ведь существует разная ценовая политика на таких предприятиях, разный уровень технического обеспечения, обеспечения трудовыми ресурсами. Также значительную роль играет рекламная политика, направления финансирования на маркетинговую деятельность, а именно исследование рынка, конкурентоспособности, рентабельности.

Существует еще один вид дохода, который могут получать предприятия сферы гостеприимства – **коммерческий доход**. Это доход от предоставления торговых услуг предприятиями торговли и заведения ресторанного хозяйства – плата за оказание посредническо-торговых услуг, которая составляет часть дохода (выручки) предприятия.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Границы ценообразования и управления доходами.
2. Ценообразование в зависимости от канала продаж.
3. Ценообразование на основе издержек.
4. Ценообразование на основе оценки рынка.
5. Ценообразование на основе ценности продукта/услуги.
6. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберта.
7. Юридические особенности управления доходами.
8. Законодательные акты в области ценообразования.
9. Пример закона: акт Робинсона-Пэтмана (Robinson–Patman Act, Anti-Price Discrimination Act).
10. Подход «Захватить и подменить».
11. Показатели доходности гостиничного предприятия
12. Индексы эффективности гостиничного предприятия
13. Подходы к ценообразованию в гостиничных предприятиях
14. Особенности управления доходами гостиничного предприятия с юридической стороны

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ./Тема 1.2. Подходы к управлению доходами : экономический, бухгалтерский. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об уровнях управления доходами.
- изучить технологии оценки эффективности управления доходами.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Уровни управления доходами.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
1.2.	Чистый эффект от системы управления доходами	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
1.3	Измерение эффективности системы управления доходами	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Подходы к управлению доходами : экономический, бухгалтерский.

Текст лекции.

Управление доходами – экономическая техника, направленная на определение наиболее выгодной ценовой политики для оптимизации дохода организации на основе определения поведения спроса. Соотношение доходов и расходов на предприятии достаточно правдивый показатель эффективности его деятельности. Цель любой организации получение как можно больше чистой прибыли с наименьшими затратами. Поэтому очень важным в деятельности любой компании является управление доходами и расходами.

Существует механизм управления доходами и расходами предприятия. Это довольно сложный процесс, который позволяет осуществлять управление доходами и расходами в пределах одного предприятия. Такой механизм, в идеале, обеспечивает стабильность и регулярность денежных поступлений от осуществления различных видов деятельности, осуществляемых предприятием. При осуществлении процесса управления доходами и расходами необходимо разрабатывать и реализовывать различные управленческие решения, которые помогут повысить прибыть и снизить затраты. Процесс управления доходами и расходами на предприятии можно разделить на две составляющие: управление расходами и управление доходами. В полном объеме реализовать цели и задачи позволяет эффективный механизм управления доходами и расходами. Такое управление осуществляется при помощи методов управления доходами, к которым относится метод тарифных планов, метод оптимизации цены.

Ценовую стратегию «высоких цен» часто называют «премиальным» ценообразованием. Она заключается в установлении цен на более высоком уровне, чем в среднем на рынке, т.е. введение «премиальной» наценки к товару. Стратегия направлена на формирования имиджа «качественный товар», обеспечивает высокую норму прибыли, которая позволяет инвестировать в рекламу и развитие имиджа товара. Эту стратегию используют, когда компания желает достичь роста прибыли, а не объема продаж; стремиться сформировать

позиционирование престижного товара, захватить долю рынка в премиальном сегменте, увеличить рентабельность общего портфеля компании и привлечь целевую аудиторию, ориентированную на качество продукта.

Стратегия «низких цен» заключается в установлении цен на более низком уровне в сравнении с ключевыми конкурентами. Стратегия нацелена на достижение высокого объема продаж, который компенсирует низкую норму прибыли. Стратегия низких цен используется, когда компания стремиться расширить существующий рынок и привлечь потребителей, чувствительных к цене; увеличить количество пробных покупок и общий объем продаж; защититься от конкурентов; сохранить положение в отрасли на фоне общего снижения рыночных цен; сформировать барьеры входа (в виде низкой цены) для новых игроков. Метод тарифных планов, по сравнению с методом «высоких низких цен», представляет собой более совершенный механизм управления доходами.

Распространённые методы управления доходами Метод низких цен Метод тарифных планов Метод управления доходами путем Метод высоких цен установки высоких или низких цен сказать, что умение предложить один и тот же продукт различным клиентским группам по различной цене является основным принципом метода. Метод управления доходами путем установки высоких или низких цен можно назвать стихийным. Вряд ли его можно квалифицировать как эффективный: он не позволяет получить максимальный доход, так как действует в ограниченных рамках. Тем не менее, этот метод - самый распространенный: его применяют абсолютно все участники рынка.

Revenue Management. Управление доходами отеля

Компания Umbrella Hospitality готова предложить свои услуги по управлению и оптимизации доходами отелей и гостиничных комплексов

Одним из направлений прогнозирования и применения информационных систем на предприятиях индустрии гостеприимства выступает система управления доходами — Yield Management (YM) или Revenue Management (RM).

Методы управления доходами (также известные как управление прибылью или ценообразование в реальном времени) представляют собой оптимизационную модель, основанную на прогнозировании спроса для рыночных микросегментов.

Управление доходами — экономическая техника, нацеленная на определение наилучшей ценовой политики для оптимизации дохода предприятия индустрии гостеприимства на основе определения поведения спроса.

ПРЕДПРИЯТИЯ, НА КОТОРЫХ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ПРИМЕНЯЕТСЯ ЭТОТ МЕТОД ИМЕЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ОБЩИЕ ЧЕРТЫ:

- «скоропортящиеся запасы» (то есть услуги или продукция, чья стоимость обнуляется после даты производства; примером могут служить все незанятые места в самолете или пустующие номера в гостинице, которые имеют нулевую чистую стоимость; это называется нулевым оборотом фондов);
- варьирующийся спрос и фиксированные производственные мощности (спрос колеблется, иногда выше, иногда ниже имеющихся мощностей; сами мощности ограничены, поскольку нельзя продать 110 номеров в гостинице, насчитывающей их 100);
- продажи путем предварительного бронирования (продажа запасов или производственных мощностей за некоторое время до настоящей даты производства услуг);
- сложная структура ценообразования (поскольку спрос и цена гибко изменяется в соответствии с различными факторами, практикуется дифференцированное ценообразование: при снижении цены дополнительная прибыль генерируется привлечением сегмента клиентов, наиболее чувствительных к изменению цены; установление определенных ограничений на цены и квот продаж по показателю сегмент/цена поможет ограничить снижение доли клиентов, чья чувствительность к изменению цены наименьшая),
- очень низкие переменные затраты на единицу производимой продукции или услуг (в зависимости от конкретного сектора, этот показатель колеблется от 0 до 20% от всех затрат; так в гостиничной сфере переменные затраты на продажу одного дополнительного

номера, включая уборку номера и оказание сопутствующих услуг, представляет собой очень небольшую сумму; затраты на персонал и амортизационные отчисления не зависят от объема продаж).

В финансовом выражении применение метода управления доходами имеет следующий результат: при неизменных окружающих условиях систематическое использование метода управления доходами может повысить оборот в среднем на 7%, что может вызвать очень существенное увеличение объема доходов.

Метод управления доходами максимизирует два источника доходов: объем и цена на единицу производимых услуг.

Оптимизация объема производится на основании техники перебронирования.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПЕРЕБРОНИРОВАНИЕ СЛЕДУЮЩИЕ:

- номерной фонд гостиничного предприятия (общее количество номеров);
- текущая загрузка гостиницы;
- количество отъездов на текущий день;
- количество гарантированных бронирований на текущий день (такие бронирования частично оплачиваются в предварительном порядке и не могут быть отменены даже при неявке гостя, в случае которой начисляются штрафные суммы из предварительно внесенного депозита);
- количество негарантированных бронирований (для таких бронирований устанавливается крайний срок приезда, например, 18:00, после которого бронирование отменяется и номера переходят в категорию свободных для продажи);
- количество досрочных отъездов (до даты окончания бронирования);
- количество продленных бронирований (когда гость желает уехать позже указанной ранее даты);
- количество отмененных гарантированных бронирований;
- количество отмененных бронирований с ожиданием до установленного срока;
- количество неявок по гарантированным бронированиям (за такие неявки можно начислять штрафы);
- количество неявок по негарантированным бронированиям;
- количество досрочных приездов (гость прибывает раньше срока, указанного в заявке на бронирование; в принципе, гостиница не несет ответственности за таких гостей, однако отказывать им не следует);
- количество номеров, временно выбывших из общего номерного фонда: номера на ремонте (ОО — Out of Order) и номера, временно не сдающиеся по различным причинам (OS — Out of Service).

Уровень перебронирования рассчитывается на каждый день. В расчетах принимает участие статистика за точно такой же день за прошлые годы.

Естественно, гостинице желательно оставить какой-то страховой запас номеров. Если количество фактических приездов окажется больше, то гостинице придется оплачивать как минимум стоимость альтернативного проживания, а как максимум еще и стоимость каких-то поощрений клиентам за непредоставление номера. Такой страховой фонд можно рассчитать как медианное значение количества случайных гостей. Такая ситуация может оказаться даже выгоднее, поскольку случайные гости заселяются по публикуемым ценам (rack rate), которые гораздо выше цен, указываемых при бронировании или контрактных цен.

Оптимизация цены (основная идея метода управления доходами — менять цены в зависимости от спроса) осуществляется на основе кривых бронирования. На рисунке по оси абсцисс отложен период упреждения бронирований т.е. количество дней до фактической даты, на которую осуществляются бронирования номеров. По оси ординат откладывается процент загрузки гостиницы.

Кривая, которая называется «профиль бронирования», показывает среднестатистическое количество бронирований за каждый интервал времени до фактической даты бронирования. Такой профиль бронирования строится на основе многолетней статистики количества

бронирований. Кривая, носящая название «фактические бронирования» указывает текущее состояние бронирований на определенную дату.

Таким образом, соотношение этих двух кривых определяет характер поведения клиентов гостиницы, осуществляющих бронирование номеров. Во всех случаях, когда эти две кривые начинают расходиться следует немедленно предпринимать определенные действия. На рисунке представлены четыре области расхождения, рассмотрим их по прядку.

Первая область — фактические бронирования ниже значений профиля бронирования за довольно длительный срок от даты бронирования. В данном случае гостиница должны принимать бронирования с некоторыми скидками. Однако, поскольку до даты бронирования еще довольно существенный срок, то более правильным будет не снижение цен, а использование каких-либо альтернативных маркетинговых стратегий.

Вторая область — фактические бронирования превысили значение профиля. Гостиница должна продавать номера только за полную цену с целью максимизировать доходы. Предполагается дальнейший рост продаж.

Третья область — кривая фактического спроса пошла вниз, видимо вследствие каких-либо отказов от бронирований. В данном случае гостиница должна использовать агрессивные маркетинговые стратегии и предоставлять скидки на номера для того, чтобы достигнуть необходимого уровня загрузки. Наконец, четвертая область демонстрирует существенный рост фактических бронирований. Целевой уровень загрузки, который находится на пересечении кривой профиля бронирования и оси ординат (70%) достигнут уже примерно за восемь дней до даты бронирования. В этой ситуации гостинице необходимо продавать номера за полную цену.

Точно такой же профиль бронирования гостиница строит на каждый день в году. Профиль бронирования может носить интервальный характер, т.е. иметь верхнюю и нижнюю границы профиля. В таком случае определенные действия гостиница начинает совершать при выходе кривой фактического бронирования за пределы данных границ.

Перебронирование выступает не только прогнозной техникой, но также относится к области риск-менеджмента, поскольку решает стандартную оптимизационную задачу данной дисциплины.

Кроме указанных техник к методам управления доходами также относятся групповое квотирование и оптимизация групп (когда на основе прогнозов делается вывод о возможности бронирования конкретной группы или наоборот отказе в бронировании при определенном уровне вероятности приезда более доходной группы), контроль продолжительности проживания, контроль тарифов и up-sell (продажа номера более высокой категории при заселении гостя). Методики управления доходами необходимо использовать любой гостинице.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Управление доходами площадок для мероприятий.
2. Ограничения характеристики площадей.
3. Способы измерения эффективности управления.
4. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса.
5. Применение расчета цены на квадратный метр.
6. Согласование цены и технических ограничений.
7. Составление отчетов по использованию конференц-площадок.
8. Сопоставление и слияние прогноза загрузки и прогноза использования конференц-площадок.
9. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров.
10. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).

11. Программное обеспечение систем управления мероприятиями.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ. / Тема 2.1 Ключевые факторы, влияющие на доходы отеля - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- изучить методики оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия
- сформировать знания о ключевых факторах, влияющиех на доходы отеля

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сегментирование рынка	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	*Позиционирование гостиницы*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Ключевые факторы, влияющие на доходы отеля

Текст лекции.

На экономику отрасли гостиничного хозяйства влияют, прежде всего, следующие экономические факторы:

- общее состояние экономики;
- средний доход на душу населения;
- уровень безработицы;
- обменный курс местной валюты;
- уровень налогообложения;
- банковский процент на кредиты и др.

Вместе с тем большую роль на развитие отрасли оказывают и социально-экономические факторы:

- распределение населения по уровню доходов;
- уровень образования;

- образ жизни;
- уровень преступности;
- развитие туризма и т.п.

Состояние отрасли также зависит от законодательства:

- налоговое и трудовое законодательство;
- правила лицензирования;
- санитарно-гигиенические требования;
- правила пожарной безопасности;
- законы о правах потребителей и пр.

На загрузку отелей в курортных регионах влияют:

- довольно быстро меняющаяся мода на отдых;
- трудности получения визы;
- условия работы транспортных компаний.

На экономические показатели влияют и внутренние факторы:

- принятая система управления и контроля (особенно система контроля за издержками);
- уровень предоставляемых услуг;
- трудовые отношения.

Поэтому администрация отеля постоянно должна уделять внимание улучшению условий труда персонала, сокращению текучести рабочей силы и улучшению общей атмосферы в трудовом коллективе.

На экономические показатели отеля может повлиять и неправильная выбранная система тарифов. В мире используются следующие основные системы гостиничных тарифов.

1. В тариф входит только оплата проживания.
2. В тариф входят оплата проживания и завтрак.
3. Полупансион. В тариф входят проживание, завтрак, обед или ужин.
4. Полный пансион. В тариф включены проживание и трех (или четырех) разовое питание. Применяется в курортных отелях, в особенности в регионах, где недостаточно развита сеть общественного питания.
5. «Все включено». В тариф включаются проживание, многоразовое питание, все (или большинство) развлечения и напитки в баре (обычно за исключением импортных). Применяется в курортных отелях, которые изолированы от посторонних.

Влияние любого из вышеперечисленных факторов сказывается прежде всего на коэффициенте загрузки отеля. Это важнейший показатель работы гостиницы, определяющий его рентабельность.

Ключевые факторы, влияющие на доходы отеля

Вопрос о доходах всего отеля удобно рассматривать с позиции доходов, получаемых с одного гостя. Действительно, фактически задачу максимизации поступлений от реализации всех услуг отеля можно свести к решению этого вопроса на уровне одного клиента — тогда останется решить вопрос о привлечении наибольшего числа клиентов в отель.

Если изучить цикл обслуживания гостя в отеле, то можно легко выделить центры прибыли, которые участвуют в формировании доходов от пребывания гостя в отеле: проживание (номерной фонд), завтрак, питание (рестораны и бары), рекреация (оздоровительный клуб, СПА), пользование транспортом (консьерж), работа (бизнес-центр, конгресс-центр), развлечения, экскурсии, театральные билеты (ночной клуб, казино, консьерж), стирка, чистка и глажка одежды (прачечная/химчистка) и т.д. — все они должны учитываться при решении вопроса о максимизации поступлений с одного клиента. Так как проживание гостя в большинстве случаев генерирует более половины всех доходов, все остальные услуги можно объединить в категорию «дополнительный доход». Это те услуги, которые в большей или меньшей степени бывают востребованы гостем в отеле каждый день; и чем дольше он живет, тем объем поступлений от реализации этих услуг выше, — следовательно, длительность проживания также должна учитываться. Даже если клиент не проживает в отеле (например,

участники конференций, посетители ресторанов), вопрос о максимизации доходов применительно к нему также сохраняется.

Однако сам по себе вопрос о доходах отеля не может рассматриваться отдельно от вопроса об издержках, которые возникают при производстве услуг. По-настоящему эффективный гостиничный менеджмент должен заботиться одновременно о максимизации доходов с гостя и оптимизации своих издержек при производстве услуг — только при таких условиях отель может стать успешным. Фактически мы ведем речь о максимизации прибыли, которую приносит один гость отелю. Наконец, следует помнить о так называемых альтернативных издержках, равных потенциальному доходу, который смог бы получить отель, если бы подтвердил проживание другого гостя, проведение другой конференции и т.д., — фактически это стоимость отвергнутого отелем бизнеса ввиду уже существующих бронирований и ограниченных производственных мощностей.

Таким образом, совокупность всех факторов, влияющих на формирование прибыли от одного гостя в отеле, имеет определенную взаимосвязь.

Прибыль с одного гостя (*Customer Profit Contribution)* — характеризует прибыльность обслуживания одного гостя в отеле с учетом расходов на его обслуживание.

Цена номера *(room rate)* — сумма, которую платит гость за одну ночь размещения в отеле; это может быть также средняя цена номера ***(ADR),*** если речь идет о какой-либо группе потребителей. Цена номера — основная область применения инструментария менеджмента доходов в гостиничном бизнесе, так как любое увеличение доходов является следствием двух причин — либо увеличения продаж (загрузки), либо повышения средней цены номера. Технологии увеличения средней цены номера будут приведены далее.

Норма прибыли номерного фонда, % (*operating profit margin)* — характеризует прибыльность размещения гостя и определяет долю издержек содержания номера (стоимость расходных чистящих материалов, зарплата горничных и т.д.) в его цене и, соответственно, долю прибыли (обычно 20—35% от цены).

Расходы на рестораны и бары *(food & beverage spend)* — средства, которые ежедневно затрачивает гость на питание и напитки в отеле, — завтрак, обед, ужин, пользование баром, обслуживание в номере; конференц-пакет (ланч, кофе-брейки). Увеличить эту статью доходов можно за счет стимулирования потребления гостем услуг питания в отеле: включение завтрака в стоимость номера, разработка пакетов на базе полупансиона и полного пансиона, специальных предложений в ресторанах для проживающих гостей.

Норма прибыли ресторанов и баров, % *(operating profit margin)* — характеризует прибыльность службы питания отеля и определяет долю издержек (сырья, продуктов, зарплат официантов, поваров и т.п.) и прибыли (наценки) в стоимости чека, закрываемого на одного гостя.

Дополнительные расходы (*additional spend)* — прочие средства, которые гость тратит ежедневно в отеле на телефонные переговоры, услуги прачечной/химчистки, пользование оздоровительным клубом, услуги консьержа.

Норма прибыли дополнительных услуг, % *(operating profit margin)* — характеризует прибыльность предоставления отелем дополнительных услуг гостю.

Номероночи *(room/nights)* — частота и/или длительность проживания одного гостя в отеле за анализируемый период; характеризует объем приобретаемых услуг. Для определения альтернативных издержек рекомендуется анализ дней проживания по дням недели.

Альтернативные издержки *(displacement cost)* — величина, характеризующая стоимость бизнеса, который отель отвергает ввиду недостатка мощностей для подтверждения другого бизнеса. Обычно эти издержки возникают лишь в случаях, когда спрос на услуги отеля превышает их предложение (фактическое количество номеров, залов, посадочных мест в ресторанах и т.п.).

Все приведенные факторы в большей или меньшей степени оказывают влияние на формирование прибыли от обслуживания гостей и прибыльность всего гостиничного предприятия. За каждый из этих факторов и степень его влияния на прибыльность отеля

отвечают различные департаменты. Контроль над нормой прибыли и уровнем издержек является функцией соответствующих департаментов, а также финансового контролера. За максимизацию доходов от реализации различных услуг отвечают также соответствующие департаменты и отдел продаж и маркетинга, последний вместе с менеджером по доходам отвечает также за максимизацию количества номе- роночей в отеле и увеличение средней продолжительности проживания гостей. Наравне с загрузкой гостиницы основной сферой применения инструментария менеджмента доходов является также цена номера, с помощью которой спрос стимулируется в нужные периоды или ограничивается в сезоны высокой активности. Наконец, задачей менеджмента доходов в отеле является снижение возможных альтернативных издержек, т.е. подтверждение из возможных вариантов бизнеса с максимально возможной стоимостью для отеля.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Ценообразование при электронных продажах.
2. Оптимизация объявленных прейскурантных цен.
3. Выявление потребности в создании новых тарифов.
4. Экономика ценового дифференцирования.
5. Ограничения ценового дифференцирования.
6. Тактика ценового дифференцирования.
7. Что такое рыночный сегмент?
8. Как провести сегментирование на гостиничных предприятиях?
9. Какое влияние оказывает сегментирование на ценообразование на гостиничных предприятиях?
10. Какие существуют ограничения при сегментировании?
11. Что такое эффект «каннибализации» на гостиничных предприятиях?
12. Каковы направления применения прогнозирования на гостиничных предприятиях?
13. Каковы направления применения бенчмаркинга на гостиничных предприятиях?
14. Каковы направления применения бюджетирования на гостиничных предприятиях?
15. Охарактеризуйте программные средства прогнозирования.
16. Как проводится сравнение с конкурентами?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ. / Тема 2.2 Ценообразование в гостиничном бизнесе- Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы ценообразования в гостиничном бизнесе
- изучить показатели эффективности применения ценовых стратегий

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды ценовой дискриминации	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Дифференцированное ценообразование.	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Динамическое ценообразование.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Ценообразование в гостиничном бизнесе

Текст лекции.

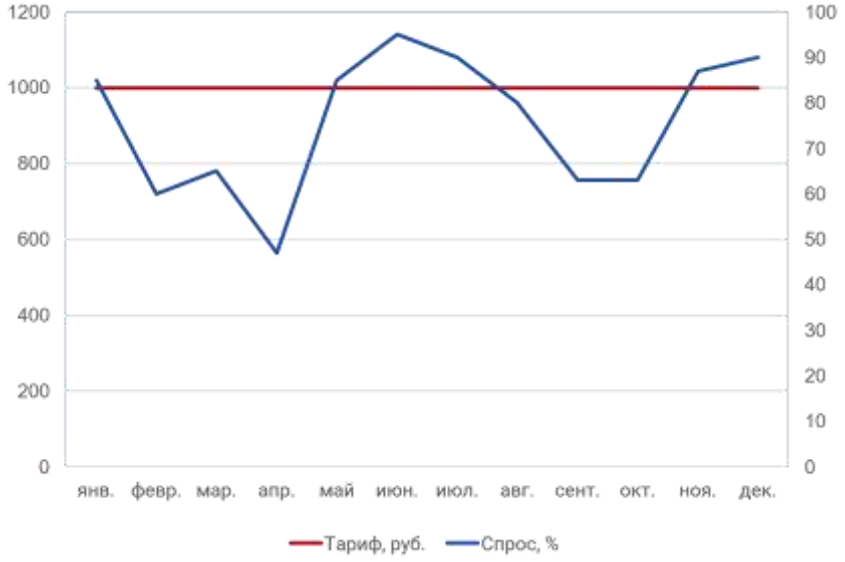
Цена — это первое, на что смотрят гости при выборе места проживания. Поэтому отелю важно эффективно работать с ценой. В статье расскажу о популярных способах ценообразования, какой из них эффективнее, и почему.

С какими ценами работают отели

1. Единая цена

Самый простой способ ценообразования, когда отель круглый год продает номера по одной цене, независимо от сезона и ситуации на рынке. Эта стратегия самая неэффективная: она не учитывает колебания спроса, а значит, не позволит отелю заработать больше.

Пример. Отель выставляет фиксированные цены 1 раз в год. В высокий сезон отель недозарабатывает, так как гости готовы платить за номер больше, а в низкий — простаивает и теряет гостей из-за высоких цен:

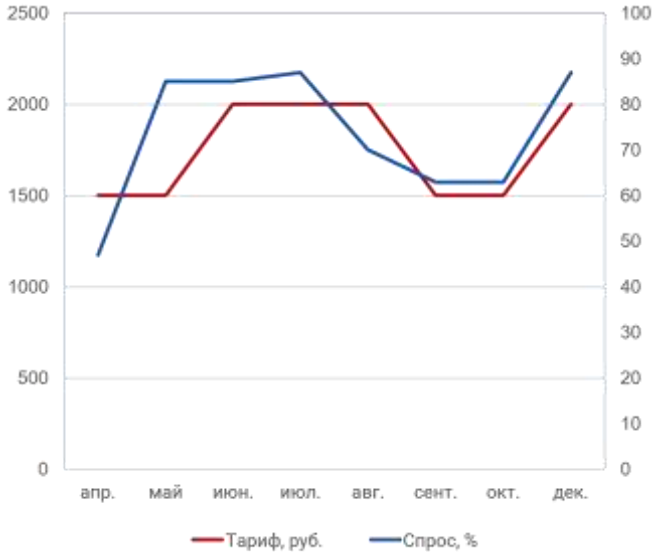


Единая цена не соответствует спросу, отель теряет доход.

2. Сезонные цены

Самая популярная стратегия ценообразования на гостиничном рынке. Она ориентируется на спрос и подстраивается под высокий и низкий сезоны. Изъян модели в том, что заранее спрогнозировать цену сложно — ситуация на рынке меняется каждый день, а не два раза в год.

Пример. Отель выставляет цены на сезоны с учетом прошлогодней загрузки. Но ситуация на рынке меняется, и фактический спрос расходится с предложением:

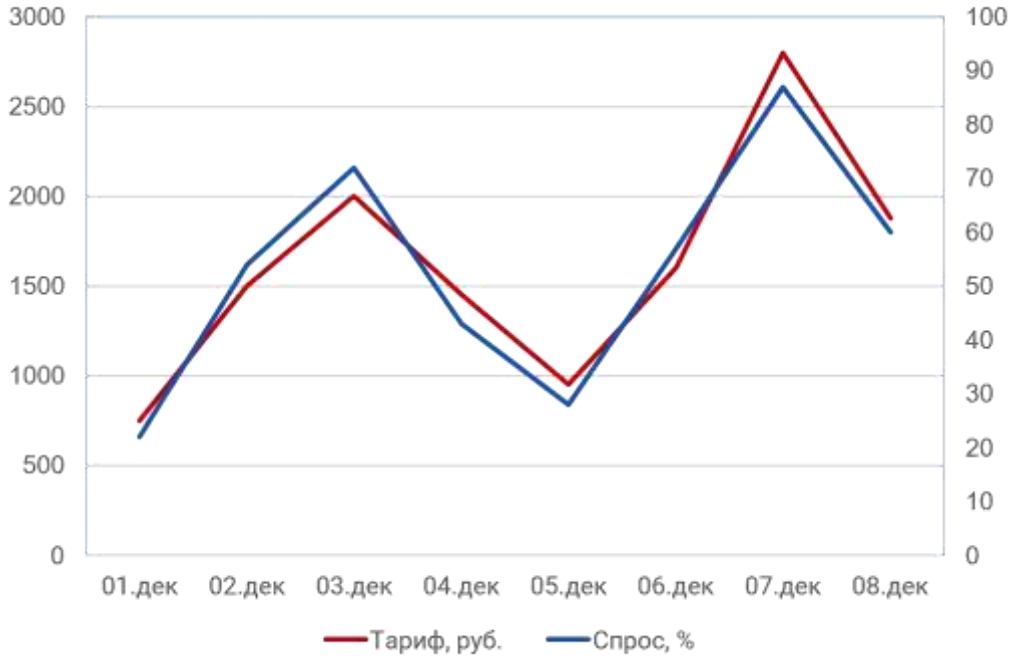


Сезонные цены работают лучше единой цены, но зависят от точности прогноза и не позволяют реагировать на изменения на рынке.

3. Гибкие цены

Это динамическое ценообразование, когда отель меняет цены в зависимости от ситуации на рынке. Здесь учитывается множество факторов: цены конкурентов, сезонность, загрузка, календарь мероприятий города и даже прогноз погоды. Метод непростой, но самый эффективный.

Пример. Отель рассчитывает и настраивает в модуле бронирования несколько уровней цен. Если меняется спрос или цены конкурентов, отель меняет свой уровень цен и получает наибольший доход. Спрос и предложение максимально близки друг к другу:



Динамическое ценообразование помогает отелю зарабатывать больше, оперативно реагируя на изменения рынка.

Как отели управляют ценой

Одни стремятся к максимальной загрузке, вторые завышают цены, третьи стараются найти баланс между этими показателями. Какая стратегия эффективнее, разберем на примере.

3 гостиницы «Уют», «Турист» и «Комфорт» с одинаковым номерным фондом (10 номеров) по-разному работают с ценами:

- «Уют» увеличивает загрузку: устанавливает низкие цены — 1 000 ₽, продает 10 номеров;
- «Турист» увеличивает цену: устанавливает высокие цены — 10 000 ₽, продает 1 номер;
- «Комфорт» находит баланс: устанавливает средние цены — 3 500 ₽, продает 5 номеров.

Результаты:

Гостиница	Цена за номер	Продали	Заработали
Уют	1 000 ₽	10 номеров	10 000 ₽
Турист	10 000 ₽	1 номер	10 000 ₽
Комфорт	3 500 ₽	5 номеров	17 500 ₽

«Уют» и «Турист» заработали по 10 000 ₽, но это обошлось им сильно заниженной ценой и почти нулевой загрузкой соответственно. При этом наш середнячок «Комфорт» заработал на 75% больше только за счет тонкого баланса между загрузкой и ценой.

Сегодня отелю, который хочет максимизировать свой доход, не обойтись без применения динамического ценообразования. Оптимальные цены на каждый день и гибкое точное их регулирование дают возможность получить максимум прибыли в любой сезон. В периоды турбулентности преимущество динамического ценообразования трудно оспорить.

Естественно, что сегодня наблюдается появление в большом количестве PMS/АСУ модулей динамического ценообразования. Значит, что растет количество отелей, которые понимают важность этого инструмента.

Но, к сожалению, многие системы выдают за модуль динамического ценообразования функцию управления ценой от загрузки. Эта функция десятки лет доступна в таких системах PMS как Opera и Fidelio и не пользуется популярностью среди профессиональных Revenue Manager.

На основе опыта внедрения системы hotellab более чем в 150 отелях, ее команда определила потенциалы, которые дает каждый формат ценообразования. Ниже рассказываем вам об этом.

Статичное ценообразование

При работе со статикой, отель реализует только 60-65% своего финансового потенциала. Данный формат не учитывает возможности заработать, когда позволяет спрос. И не стимулирует спрос более низкой ценой, когда это необходимо. Самая важная проблема, которая проявляется сегодня — это невозможность заранее оценить правильную рыночную цену, из-за постоянных изменений как у конкурентов, так и на рынке в целом. Если вы решили, что сегодня условные 4 000 рублей за номер Стандарт это корректная цена, то завтра может быть уже не так.

Статичное ценообразование с выделением сезонов и типов дней как будни/выходные

В таком формате отель реализует порядка 65-70%. Несмотря на учет сезонности, данное ценообразование не помогает заметно увеличить доходы отеля, так как цены не меняются с учетом глубины бронирования, не реагируют на конкурентную среду и рыночный спрос. Ведь крайне важно, чтобы цена соответствовала ситуации в момент бронирования отеля гостем. И, аналогично предыдущему формату, утвержденные сегодня цены могут завтра полностью не соответствовать ситуации.

Автоматизированное динамическое ценообразование на основе загрузки или правил с базовой настройкой

Этот формат дает возможность отелю реализовать порядка 70%-75%. Данный формат ограничен, так как не учитывает глубину бронирования и ситуацию на рынке. И опять

становится заложником ранее утвержденных уровней цен. Так условная цен 3 000 рублей при загрузке 30% по факту, в завтрашнем сценарии спроса может быть неактуальной.

Автоматизированное динамическое ценообразование на основе загрузки или правил с детальной настройкой (учет глубины бронирования и разных уровней на разные категории)

При работе в таком формате, отель реализует порядка 75%-80%. Но, несмотря на учет глубины бронирования, отель не может адаптировать цены в онлайн режиме под рыночный спрос и цены конкурентов. Также он остается заложником ситуации, когда выбранные условные 3 500 при загрузке 40% за 7 дней до заезда, в завтрашнем сценарии могут не соответствовать рыночной ситуации, и время на настройку будет потрачено зря.

Динамическое ценообразование на основе принятия решений Revenue Manager

В таком формате отель реализует порядка 80%-88%. Опытный Revenue Manager может привести отель к очень эффективным результатам. Менеджер сможет учесть такие внутренние факторы как загрузка, глубина продаж, сегментация гостей. Сможет проанализировать цены конкурентов и общий рыночный спрос. Однако, менеджер ведь может находиться на собрании, может закончить рабочий день, быть на выходных или в отпуске. А бронирования не остановятся, и нужно реагировать на это. Кроме того, при постоянно меняющемся спросе, для обеспечения максимальной эластичности в цене, обновления цен нужно делать чаще и точнее. Так или иначе, менеджер зачастую будет опираться на интуицию, а не на действительное положение дел на рынке, и в таких случаях отель будет недополучать доход.

Динамическое ценообразование на основе Revenue Manager System (RMS)

Такой формат дает отелю реализацию 88-100% финансовых возможностей. За счет анализа всех необходимых параметров, прогнозирования и реакции 24/7. Однако, здесь мы не будем лукавить. В отелях 50+ номеров, RMS система не сможет достичь 100% результатов без участия Revenue Manager или менеджера, ответственного за это направление. Не все данные спроса доступны в цифровом формате для анализа RMS. Также, порой, менеджер знает лучше ситуацию в каких-либо проявлениях спроса. Поэтому, в отелях более 50 номеров, 100% достигается только в связке RMS + менеджер.

Отдельно стоит выделить управление ценами на основе акций, скидок и спецпредложений. Данный вид, хоть и применяется динамически, но только наносить ущерб отелю и не относится к корректному динамическому ценообразованию. В глазах потребителя отель теряет доверие к своей базовой цене. А решения по скидкам, в отличии от динамического ценообразования, обычно принимаются без конкретного алгоритма действий, носят хаотичный характер. Управление ценами на основе скидок и акций, в сегодняшних реалиях не актуально.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Обзор теорий ценообразования.
2. Монополистическое ценообразование.
3. Излишек производителя и излишек потребителя.
4. Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации.
5. Двухкомпонентные тарифы.
6. Скидки с объема продаж.
7. Ценообразование пакетных услуг.
8. Дифференцированное ценообразование.
9. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе.
10. Подход как к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей.
11. Влияние сдвигов спроса. Основы оптимизации цен.
12. Специальные цены.
13. Запрос на продукт (Request For Proposal – RFP).
14. Запрос на цену (Request For Quotation – RFQ).

15. Кривая выигрыша/проигрыша.
16. Логистическая регрессия.
17. Динамическое ценообразование.
18. Розничное динамическое ценообразование.
19. Ценообразование при электронных продажах.
20. Оптимизация объявленных прейскурантных цен.
21. Выявление потребности в создании новых тарифов.
22. Экономика ценового дифференцирования.
23. Ограничения ценового дифференцирования.
24. Тактика ценового дифференцирования.
25. Тактика ценового дифференцирования.
26. Скидки при продажах больших объемов гостиничных услуг.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ /Тема 3.1. Управленческий учет затрат на предприятии гостиничного типа. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о направлениях затрат гостиницы
- изучить методы анализа и учета затрат на имущество гостиницы

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Классификация и особенности формирования основных фондов гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Классификация и особенности формирования оборотных фондов гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Учет затрат на формирование имущества гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Управленческий учет затрат на предприятии гостиничного типа

Текст лекции.

Управленческий учет представляет собой систему экономической информации о затратах и доходах по отдельным объектам управления, представленной в различных аналитических группировках по установленным признакам. Это позволяет выявить влияние факторов на затраты, объемы производства, объемы продаж, прибыль и воздействовать на них в целях получения высоких экономических результатов.

Объектами учета затрат в системе управленческого учета являются статьи и экономические элементы затрат, структурные подразделения (места возникновения затрат; центры затрат - наиболее важные для управления группировки затрат; носители затрат - виды выпускаемой продукции, работ и услуг).

В системе управленческого учета организуются отдельные направления, призванные выполнять функции контроля. Это оперативный контроль по всем объектам учета затрат, структурным подразделениям, ответственным лицам; текущий контроль за использованием в производстве ресурсов, полнотой отражения факторов хозяйственной жизни, правильности отнесения затрат по объектам учета затрат и носителям затрат, а также осуществление последующего контроля и аудита системы внутреннего контроля.

Задачи управленческого учета в рыночных условиях, помимо традиционных задач производственного учета, включают:

- выбор соответствующих форм внутренней отчетности по объектам управления и объектам учета, определение их содержания для целей анализа, контроля и регулирования затрат;
- определение затрат и результатов по местам возникновения затрат, центрам затрат и центрам ответственности;
- осуществление маржинального анализа по производственным подразделениям (центрам ответственности) и по выпускаемой продукции;
- использование метода бюджетирования;
- оценка состояния развития организации, его ресурсного потенциала;
- определение производственных мощностей организации;
- оценка конкурентных преимуществ и определение слабых сторон организации.

Центры затрат - первичные производственные и обслуживающие единицы, которые характеризуются единообразием функций и производственных операций, сходным уровнем технической оснащенности и организации труда, направленностью затрат. Их выделяют в качестве объекта планирования и учета затрат в целях детализации затрат, усиления контроля и повышения точности калькулирования.

Центр затрат может совпадать с организационной единицей (цехом, отделением, участком, бригадой, фермой) или же быть подразделением, входящим в состав этой единицы. Основой выделения центров затрат является единство используемых основных средств и оборудования, выполняемых операций или функций.

Степень детализации центров затрат зависит от трудоемкости ведения учета и возможностей эффективного использования получаемой информации.

Центры затрат отличаются от мест возникновения затрат тем, что представляют собой группировки затрат в аналитическом учете по отдельным операциям, работам (процессам), функциям внутри производственных подразделений.

Группировка затрат по центрам затрат представляет составную часть системы калькулирования, и его лучше всего вести в единстве с калькуляционным учетом.

Центры ответственности - организационные подразделения, которые находятся под управлением единственного руководителя. Это такая группировка затрат, которая позволяет совместить в одном учетном процессе места возникновения затрат: производство, участок, бригаду, ферму с ответственностью возглавляющих их руководителей (менеджеров). Таким

образом, это сегмент деятельности внутри организации, во главе которого стоит ответственное лицо, принимающее решение.

При формировании организационной структуры организации для каждого центра ответственности должны быть определены права и обязанности, в которых предусматривается круг решаемых самостоятельно вопросов и самостоятельность в принятии управленческих решений (например, по регулированию технологического процесса, по внутренним и внешним затратам). В то же время определяются границы, за пределами которых центр ответственности должен передавать информацию вышестоящему центру либо предоставлять ее для коллегиального принятия управленческих решений.

Центры ответственности, как объекты учета затрат, могут совпадать с местом возникновения затрат или объединить несколько мест. Их выделение необходимо для эффективного осуществления всех функций управления.

Главная цель выделения центров ответственности как объекта - оперативное управление и контроль за издержками и объемами выпуска продукции.

Центры ответственности можно по отношению к процессу производства разделить на основные и функциональные. Основные центры ответственности обеспечивают контроль затрат в местах их возникновения: производственный комплекс отвечает за затраты цехов, входящих в него, цех - за затраты входящих в него участков, участок - за затраты бригад, ферм.

Функциональные центры распространяют контроль затрат на многие места их возникновения, если затраты в них формируются под влиянием данного центра. По функциональному признаку выделяют:

- производственные (начальники цехов, управляющие отделениями, участками, бригадиры, заведующие фермами и т.д.);
- обслуживающие (начальники, главные специалисты - механики, энергетики, заведующие котельных, компрессорных станций, электрических и холодильных подстанций и другие);
- материальные (заведующие отделов и служб снабжения, складов);
- сбытовые (заведующие отделов и служб сбыта, магазинов, рынков);
- управляющие (главные специалисты).

По территориальному признаку выделяют филиалы, отделения, участки и т.д., находящиеся на разных территориях. Они могут заниматься одним функциональным направлением или несколькими.

Внутри организационных структур центры ответственности могут объединяться или иметь более детальное деление по подчиненности, функциям. Могут быть выделены центры ответственности по сходству осуществляемых затрат, например, в ремонтно-механической мастерской заведующему (начальнику цеха) подчиняются несколько центров ответственности, возглавляющие участки, занимающиеся разными видами ремонтных работ или отвечающие за функционирование ряда одинаковых станков, машин.

Бюджетирование - технология финансового планирования, учета и контроля доходов и расходов, получаемых от коммерческой деятельности на всех уровнях управления, которая позволяет анализировать прогнозируемые и полученные финансовые показатели. Это процесс разработки, исполнения, контроля и анализа финансового плана, охватывающего все стороны деятельности организации, позволяющей сопоставить все понесенные затраты и полученные результаты на предстоящий период в целом и по отдельным подпериодам.

Роль бюджетирования в системе управленческого учета заключается в том, чтобы представить необходимую финансовую информацию, показать движение денежных средств, финансовых ресурсов, счетов и активов организации в максимально удобной форме для управленца (менеджера), представить соответствующие показатели хозяйственной деятельности в наиболее приемлемом для принятия эффективных управленческих решений виде.

Система бюджетирования охватывает как производственные, так и функциональные службы и подразделения непроизводственной обслуживающей сферы деятельности данного хозяйства.

В целях организации системы управления затратами через механизм их бюджетирования следует создать в организации сквозную систему из функциональных бюджетов по элементам затрат:

- материальных затрат и потребления энергии всех видов, в том числе электроэнергии;
- фонда оплаты труда;
- амортизации;
- финансовых затрат;
- прочих затрат.

Это позволит повысить конкурентоспособность по отдельным видам продукции и услуг, видам бизнес-процессов и структурным подразделениям организации, обеспечивая, в конечном счете, финансовую устойчивость всего предприятия.

Внедрение системы управленческого учета является достаточно сложным и продолжительным процессом, состоящим из нескольких последовательных этапов:

- описание существующей информационной (бухгалтерской) системы организации;
- определение требований к необходимой управленческой информации;
- построение формализованной системы, способной обеспечить управленческий персонал различного уровня необходимой управленческой информацией;
- построение системы управленческой отчетности;
- построение системы бюджетирования.

Первый этап характерен для организаций, существующих довольно продолжительное время. Задачами этапа являются описание и анализ существующей информационной системы организации, по преимуществу системы производственного бухгалтерского учета. Результатом являются схемы организационно-управленческой структуры, информационных потоков организации, описание системы финансового и производственного учета. На этом этапе должны быть определены особенности и недостатки организации существующей системы.

На втором этапе определяется качественный и количественный состав информации, требуемый для эффективного управления организацией. Здесь выявляются пробелы существующей информационной системы, выясняются причины этого, оценивается объем изменений в системе управления. Именно на этом этапе принимается решение о целесообразности дальнейшего внедрения.

На третьем этапе должна быть сформирована соответствующая формализованная система, способная собирать, обрабатывать и представлять соответствующую потребностям управляющих информацию. Здесь выделяются центры ответственности - сегменты внутри организации, во главе которых стоят ответственные лица, принимающие решения.

Также на данном этапе внедряются варианты учета затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции. Внедрение того или иного варианта управленческого учета обуславливается потребностями хозяйствующего субъекта <*>. Для некоторых крупных организаций может быть использован мировой опыт формирования учетной информации, что наиболее эффективно при разделении финансового и управленческого учета и применении метода "Затраты-выпуск". Соответственно бухгалтерский аппарат разделяется на финансовую и управленческую бухгалтерии. Используется четырехкратный принцип отражения хозяйственных операций на счетах: результат, вытекающий из измерения имущественного состояния организации; результат, исчисляемый соизмерением затрат и выпуска; результат, определяемый в процессе перечисления затрат из финансовой бухгалтерии в управленческую; производственный результат соответствующих центров ответственности.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Виды затрат гостиницы
2. Классификация затрат для управленческого учета
3. Классификация затрат по элементам и содержанию
4. Классификация затрат по статьям
5. Классификация и особенности основных и оборотных фондов гостиницы, затраты на них
6. оценки состояния и движения основных фондов.
7. Моральный и физический износ основных фондов;
8. Амортизация как вид затрат гостиничного предприятия

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ/Тема 3.2. Показатели эффективности эксплуатации гостиничных мест. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о формировании затрат на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия

- изучить типологию построения системы планирования и бюджетирования затрат на номерной фонд

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Затраты, связанные с использованием номерного фонда	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Планирование затрат, связанные с использованием номерного фонда	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3	Характеристика затрат на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Показатели эффективности эксплуатации гостиничных мест.

Текст лекции.

Показатели работы гостиницы

RevPAR

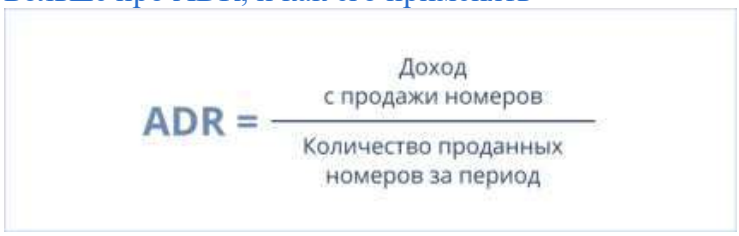
Это чистый доход от номера без допуслуг: еды, спа, уборки и прачечной, обслуживания номеров. RevPAR помогает понять, какие тарифы приносят прибыль, а какие нужно докрутить.

Больше о том, как работать с RevPAR

ADR

Это средняя цена номероночи. Этот показатель помогает планировать продажи и менять стратегию, чтобы продавать больше конкурентов.

Больше про ADR, и как его применять



Total Revenue

Это общий доход объекта, включая проживание, питание, услуги, налоги. Этот показатель помогает прогнозировать доходы и улучшать процессы, чтобы достичь цели.

RevPac

Это средняя выручка отеля за сутки в пересчете на одного гостя. То есть сколько денег каждый гость принес отелю.

F&B

Он показывает, сколько денег гости тратят на питание (завтраки, фуршеты, ресторан, бар) в отеле. Оценка F&B включает показатели food cost (соотношение себестоимости продуктов и цены готового блюда) и выполнение плана по среднему чеку.

Основными показателями оценки деятельности гостиницы являются:

- загрузка номерного фонда;
- средняя цена гостиничного номера;
- среднее число гостей на один проданный номер;
- коэффициент двойной загрузки;
- занятость койко-мест.

Загрузка номерного фонда - отношение числа проданных номеров к числу номеров, предложенных к продаже. Загрузка номерного фонда позволяет оценить использование номерного фонда.

Средняя цена гостиничного номера - отношение общего дохода от номерного фонда к числу проданных номеров. Средняя цена гостиничного номера, позволяющая оценить работу службы портье по продаже дешевых и дорогих номеров.

Оценить загрузку гостиницы можно с использованием такого показателя, как среднее число гостей на один проданный номер.

Среднее число гостей на один проданный номер - это отношение общего числа гостей к числу проданных номеров.

Показатель занятости койко-мест - отношение числа занятых кроватей к общему числу койко-мест в Гостинице.

Все эти показатели обычно подсчитывают за определенный период времени:
- за день;
- за месяц (на определенное число);
- за год (на конец года).

Именно сравнение этих показателей с предыдущими результатами или с бюджетом позволяет найти ключ к решению управленческих проблем и успеху в гостиничном бизнесе.

Эффективность использования рабочей силы измеряется производительностью труда. В широком смысле производительность труда — это его .результативность, то есть максимум продуктов труда при минимуме трудовых затрат.

Результативность труда определяется количеством продукции (материальных благ, услуг), произведенной и реализованной в единицу времени, или же обратной величиной — количеством времени, затрачиваемого на производство и реализацию единицы продукции.

Таким образом, производительность труда — это степень эффективности целесообразной деятельности людей, отражающая способность производить за единицу рабочего времени определенный объем потребительных стоимостей.

Уровень производительности труда измеряется двумя способами: прямым и обратным. Прямой способ показывает выработку продукции и услуг в единицу отработанного времени, обратный способ выражается количеством рабочего времени, затраченного на производство единицы продукции.

Определение уровня производительности труда работников на основе трудоемкости продукции и услуг не нашло широкого применения в туризме. Этот показатель применяется лишь для расчета норм выработки и обслуживания.

Производительность труда работников туризма может иметь три показателя:
- производительность труда в стоимостной оценке;
- производительность труда в натуральном выражении;
- комплексный показатель динамики эффективности труда.

Производительность труда в стоимостной оценке — это выработка работников туристского предприятия Она измеряется отношением выручки от реализации туристского продукта (за месяц, год) к среднесписочной численности работников за соответствующий период.

Производительность труда в натуральном выражении показывает, сколько туристов обслуживает один среднесписочный работник туристского предприятия, фирмы. Она измеряется отношением численности туристов к среднесписочной численности работников.

Однако эти показатели сами по себе не могут охарактеризовать интенсивность труда. Их необходимо сопоставить с выработкой предыдущего периода, то есть получить индексы, характеризующие динамику.

Вышеприведенные показатели производительности труда могут иметь разные тенденции и направления изменения, которые вызываются факторами, не зависимыми от трудовой активности человека (изменение цен, тарифов, увеличение численности туристов, покупающих путевки по льготным ценам, и др.). Поэтому для объективной оценки динамики производительности труда работников туристской индустрии следует использовать комплексный показатель динамики эффективности труда, который означает уровень эффективности использования рабочей силы в этой отрасли (регионе). Он представляет собой среднегеометрическую величину произведения индексов изменения двух рассмотренных выше показателей, исчисленных за один и тот же период.

Производительность труда в натуральном выражении имеет ограниченное применение. Этот показатель не может быть использован для характеристики среднего уровня производительности труда по всей совокупности туристского продукта. Поэтому уровень производительности труда в туризме, как и в других отраслях, исчисляется в стоимостной оценке.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Текущие затраты и себестоимость услуг гостиничного хозяйства;
2. Понятие затрат и себестоимости услуг.
3. Классификация затрат.
4. Характеристика затрат на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия.
5. Планирование затрат гостиничного хозяйства.
6. Ценообразование в сфере гостиничных услуг.
7. Ценовая политика гостиницы.
8. Подходы и методы ценообразования

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 4. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ, РАСХОДАМИ, ПРИБЫЛЬЮ / Тема 4.1 Показатели эффективности деятельности гостиницы - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы построения системы управления эффективностью гостиницы
- изучить методы формирования финансового результата гостиницы

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Выручка и прибыль гостиничного предприятия	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Рентабельность гостиничного предприятия.	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Результаты финансово-экономического анализа.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.1. Показатели эффективности деятельности гостиницы

Текст лекции.

Основной целью деятельности большинства коммерческих предприятий является получение прибыли. Для того, чтобы оценить, насколько успешно бизнес генерирует прибыль, используются показатели рентабельности, которые характеризуют экономическую эффективность, то есть соотношение полученной прибыли и ресурсов, затраченных для ее получения

Можно рассчитать рентабельность продаж, активов, инвестиций или оценить рентабельность проекта, чтобы понять, стоит ли вкладывать в него деньги. Чем выше числовой коэффициент рентабельности, тем прибыльнее компания.

Зачем рассчитывать рентабельность

Показатели рентабельности помогают сравнить свой бизнес с конкурентами, прогнозировать развитие, понять, что следует улучшить. Также они позволяют рассчитать эффективность реализации основной продукции, выстраивать эффективную стратегию, которая поможет сократить издержки, контролировать ценовую политику. Понимание уровня рентабельности нужно, чтобы оценить, насколько выгодно будет открывать компанию в какой-либо сфере и сколько прибыли она сможет получить при определенном количестве вложенных средств. Исходя из этих данных можно скорректировать план действий, чтобы избежать убытков. Кроме этого, рассчитав показатели, можно:

- составить прогноз прибыли;
- подкрепить данными проект для инвесторов;
- успешно конкурировать с другими компаниями схожего профиля;
- определить реальную рыночную стоимость бизнеса.

Существует коэффициент рентабельности — он показывает, насколько эффективно используются ресурсы. Этот коэффициент — отношение прибыли к ресурсам, которые вложили, чтобы ее получить. Коэффициент может выражаться в конкретной величине прибыли, полученной на единицу вложенного ресурса, а может — в процентах. В самом общем виде рентабельность определяется, как отношение прибыли к затратам.

R = П / Х * 100%

где:

R — рентабельность;

П — прибыль;

Х — результативный показатель (выручка, себестоимость, оборотные средства, капитал и т.д.).

Что влияет на рентабельность

Чтобы правильно рассчитать эффективность компании и улучшить показатели, следует учитывать влияние внешних и внутренних факторов.

Внешние факторы

Внешние факторы нельзя изменить, но можно снизить их влияние на прибыль компании. К таким факторам относятся:

- налоговая нагрузка;
- местоположение предприятия или торговой точки;
- действия конкурентов;
- экономическая ситуация в стране;
- санкции и т.д.

Внутренние факторы

Ко внутренним факторам относятся:

- качество производимых товаров или услуг;
- эффективность маркетинга;
- объем производимой продукции;
- условия труда;
- компетентность персонала;
- политика ценообразования;
- техническое обеспечение;
- организация логистики и т.д.

Что такое порог рентабельности

Порог рентабельности — это объем производства или выручки, полностью покрывающий затраты бизнеса, который при этом не имеет прибыли и убытков. То есть это размер дохода, который равен нулю. Порог рентабельности помогает определить, с какой суммы начинается чистая прибыль. Например, компания за полгода потратила на ведение бизнеса 3 млн рублей, а заработала 4,5 млн: это значит, что она достигла порога рентабельности в 3 млн, а 1,5 млн — чистая прибыль.

Виды рентабельности

Чтобы вычислить эффективность компании, применяются несколько показателей рентабельности. Для их подсчета используется отношение чистой прибыли к одной из величин:

- рентабельность активов (ROA) — к активам;
- рентабельность продаж (ROS) — к выручке;
- рентабельность основных средств (ROFA) — к основным средствам;
- рентабельность инвестиций (ROI) — к вложенным деньгам;
- рентабельность собственного капитала (ROE) — к собственному капиталу.

Рентабельность продукции и услуг

Рентабельность продукции и услуг — это показатель выгоды, которую получает компания от продажи товаров или определенных услуг. Это позволяет узнать, какую прибыль приносит каждый вложенный в производство рубль. В себестоимости учитываются все материальные затраты, например, стоимость сырья, оборудования и т.д., а также оплата труда, накладные расходы, торговые издержки. Считается рентабельность по формуле:

Rпр = П / Сс × 100,

где:

Rпр — рентабельность продукции;

П — прибыль;

Сс — себестоимость.

Рентабельность производства

Рентабельность производства отражает его экономическую эффективность, насколько оно прибыльное и стоит ли в него вкладывать средства. Показатель соотносит величину полученной прибыли с размером средств, которые позволили ее получить.

В целом, это отношение чистой прибыли к стоимости основных фондов и оборотных средств. Если у предприятия несколько производств, то рентабельность каждого

рассчитывается отдельно. В случае, когда ее уровень недостаточно высок, его можно повысить, если снизить себестоимость продукции, рациональнее подходить к расходованию основных ресурсов и т.д.

Рентабельность производства рассчитывается по следующей формуле:

Rпр = П / (Цс + Цо) × 100%,

где:

П — прибыль;

Цс — стоимость основных фондов компании;

Цо — стоимость оборотных активов с учетом амортизации и износа.

Рентабельность активов (ROA)

Показатель этой рентабельности рассчитывают, чтобы понять, насколько эффективно используются активы компании. Например, здания, оборудование, сырье, деньги и т.д., а также какую прибыль они приносят, а именно доход от каждого рубля. Если рентабельность опустилась ниже нуля, то предприятие работает в убыток. Таким образом, чем она выше, тем эффективнее используются активы. Рассчитывается ROA как отношение чистой прибыли за определенный период к стоимости активов:

ROA = П / ЦА × 100%,

где:

П — прибыль за период работы;

ЦА — средняя цена активов, которые находились на балансе в это же время.

Рентабельность продаж (ROS)

"Для оценки доходности текущей финансово-хозяйственной деятельности компании (или как говорят экономисты — маржинальности) используется показатель рентабельность продаж (ROS), — объяснил Дмитрий Воронов. — Он определяется как отношение чистой прибыли (NI) за анализируемый период к величине выручки (S):

ROS = NI : S.

Рентабельность продаж позволяет проводить ретроспективный анализ и, в случае снижения, сигнализирует о падении эффективности бизнеса. Также ROS позволяет планировать и прогнозировать финансовые результаты компании в будущем: зная планируемые объемы продаж, мы легко можем рассчитать чистую прибыль за планируемый период. Более того, показатель рентабельности продаж позволяет сравнить эффективность бизнеса с нормативами маржинальности или с конкурентами. Если мы знаем, что рентабельность конкурентов составляет 25%, то рентабельность нашей компании на уровне 15% означает, что мы начинаем терять конкурентоспособность".

Рентабельность персонала (ROL)

Сотрудники компании — основа, на которой держится ее работа и производство. С помощью рентабельности персонала можно оценить, насколько эффективен коллектив и организация его управления, хорошо ли распределены трудовые ресурсы и т.д. Рассчитывается ROL по формуле:

ROL = ЧП / ЧШ

где:

ЧП — чистая прибыль компании за исследуемый промежуток времени,

ЧШ — численность штата.

Для более подробного анализа проверяется рентабельность одного сотрудника. Для этого необходимо делить затраты, которые уходят на его содержание, на долю прибыли, которую он приносит фирме. Такие показатели помогают понять, насколько хорошо происходит управление трудом.

Рентабельность основных средств (ROFA)

Рентабельность основных средств, или производственных фондов, показывает доходность от использования основных активов, которые участвуют в производстве продукта или услуги. При этом они не расходуются, а только изнашиваются. Это могут быть, например,

здания, оборудование, автомобили. Расчет производится с помощью отношения чистой прибыли к стоимости основных средств:

ROFA = П / Цс × 100%,

где:

П — чистая прибыль организации за нужный период;

Цс — стоимость основных средств компании.

Рентабельность оборотных активов (RCA)

Оборотные активы, в отличие от основных средств, расходуются компанией во время производства услуг и товаров. К ним относятся деньги, сырье, продукция на складе и т.д. С помощью показателей этой рентабельности можно узнать, насколько эффективно предприятие использует эти ресурсы. Формула:

RCA = П / Цо × 100%,

где:

П — чистая прибыль за определенный период;

Цо — стоимость оборотных активов, которые использовали для производства товара или оказания услуги за это же время.

Рентабельность инвестиций (ROI)

Рентабельность инвестиций рассчитывается для любых видов вложений в компанию. ROI показывает эффективность использования капитала (собственного и заемного), вложенного в деятельность организации, а также его доходность.

"Показатель рентабельности инвестиций, который определяется как отношение годового денежного потока по инвестиционному проекту (CF) к сумме инвестиций в проект (I): **ROI = CF / I**, — прокомментировал эксперт. — ROI необходим для оценки экономической целесообразности участия в инвестиционном проекте. Чем выше рентабельность — тем лучше. Так, если по предлагаемому проекту показатель ROI составляет лишь 4% годовых, то, вероятнее всего, будет правильнее отказаться от участия в нем, поскольку даже безрисковая доходность ОФЗ сейчас составляет около 7%. Получается, что выгоднее купить гособлигации, чем инвестировать в столь низкодоходный проект. Показателем, обратным рентабельности инвестиций, является срок окупаемости проекта (рассчитывается как отношение величины инвестиций к размеру годового денежного потока по проекту). Срок окупаемости показывает число лет, необходимых для возмещения первоначальных инвестиций. Чем меньше срок окупаемости — тем лучше".

Рентабельность собственного капитала (ROE)

ROE — это показатель того, как работают денежные средства, вложенные в компанию, но только уставный или акционерный капитал. Рентабельность можно сравнивать с данными других предприятий, а также с другими видами инвестиций. Формула:

ROE = П / К × 100%,

где:

П — прибыль;

К — капитал.

Чтобы узнать эффективность использования не только своих, но и привлеченных средств, нужен показатель рентабельности задействованного капитала — ROCE.

Рентабельность проекта

В отличии от рентабельности производства, которое уже запущено в работу, рентабельность проекта помогает понять, насколько эффективны вложения средств в новый бизнес, стоит ли вообще делать инвестиции. Этот показатель рассчитывается как отношение будущей прибыли компании ко всем ее затратам для открытия производства. Формула:

Rп = Сб / Ци,

где:

Сб — итоговая стоимость бизнеса;

Ци — объем вложений.

Факторный анализ рентабельности

Такой анализ помогает понять, как различные факторы влияют на коммерческую деятельность. Это нужно для эффективного управления компанией, ее развития, оценки выгоды от инвестирования и т.д. Например, можно определить точную сумму прибыли, которую компания получила под воздействием внешних факторов. Обычно для расчета используется 3 или 5 факторов. Пример простой формулы:

Рентабельность = (Прибыль от реализации продукта или услуг / Себестоимость) * 100%

Другой вариант:

Рентабельность = ((Цена товара или услуги — Себестоимость) / Себестоимость)) * 100%

Как повысить рентабельность

Дмитрий Воронов, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой прикладной экономики Технического университета УГМК дал несколько советов о том, как улучшить рентабельность:

"Прежде всего, следует снижать издержки и повышать чистую прибыль. Для этого необходимо осуществлять постоянный мониторинг и оптимизацию бизнес-процессов, сокращать непроизводительные потери труда и материалов, совершенствовать технологию и организационную структуру компании.

Другой путь повышения рентабельности — увеличение объемов производства и реализации продукции. Дело в том, что в издержках любого предприятия выделяют так называемые постоянные и переменные затраты. При изменении объемов продаж эти виды затрат в различной степени влияют на финансовый результат компании. Поэтому рост выручки, как правило, приводит к более сильному росту прибыли, а значит — повышению рентабельности. Этот феномен экономисты называют операционным рычагом. Чем выше доля постоянных затрат, тем больше будет проявляться указанный эффект.

Таким образом, увеличение объемов продаж позволяет получить дополнительную прибыль как за счет увеличения количества реализованной продукции, так и за счет роста рентабельности. Именно поэтому большинство компаний стремится к масштабированию бизнеса и расширению рынков сбыта

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Показатели эффективности деятельности гостиницы
2. Что такое рентабельность Примеры показателей рентабельности.
3. Какие виды рентабельности вам известны
4. Назовите факторы повышения доходов и сокращения расходов
5. Финансовое состояние предприятия , факторы влияющие на результативность деятельности.
6. Привести классификацию системы показателей финансово-хозяйственной деятельности.
7. Назовите как оценить эффективность текущей деятельности
8. Основные направления использования результатов финансово-экономического анализа и разработка управленческих решений.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 4. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ, РАСХОДАМИ, ПРИБЫЛЬЮ / Тема 4.2 Совершенствование учета и планирования доходов и расходов гостиничной организации - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы управления затратами на предприятии
- изучить технологии планирование доходов, расходов гостиничного предприятия

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Принципы управления затратами на предприятии	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Особенности затрат как предмета управления	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Планирование доходов, расходов гостиничного предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.2. Совершенствование учета и планирования доходов и расходов гостиничной организации

Текст лекции.

Глобально финплан должен содержать следующие разделы:

- *план доходов и расходов* (прибыли и убытков) – ожидаемые доходы и расходы фирмы за определенный период. Раздел дает понимание, сколько чистой прибыли или убытка получит компания в запланированном периоде;
- *план денежных поступлений и выплат* (движение средств) указывает источники доходов и направление расходов. Средства – это не только наличные, но и деньги на счетах и даже ценные бумаги. Здесь учитывают прибыль от основной деятельности, амортизация, разница между дебиторской и кредиторской задолженностью, инвестиционные доходы и пр. В этом же разделе указывают полученные кредиты и их обслуживание;
- *балансовый план* показывает состояние компании в конце планового периода. Из него становится понятно, расширит ли предприятие свою деятельность, увеличит ли прибыль, вернет ли кредит и пр.

В письменном пояснении к финплану среди прочего следует рассмотреть следующие пункты:

- инвестиции: откуда брать средства на обновление оборудования, компьютерных программ, куда вкладывать свободные финансы;
- управление оборотным капиталом: как будете управлять деньгами, дебиторкой, финансировать производственные запасы и т. п.;
- дивиденды и структуру источников;
- финансовые прогнозы: каковы будут доходы, расходы фирмы при определенных финансовых условиях, какой бюджет денежных средств, есть ли необходимость в привлечении капитала и др.

Финансовый план довольно сложный по структуре документ. Чтобы его создать, необходимо получить информацию от различных подразделений предприятия.

Например, надо понимать, какими будут цены на товары или услуги в запланированном периоде, будет ли рост/падение, при каких условиях. С другой стороны, надо ориентироваться в себестоимости вашего продукта. Также необходимо знать, сколько стоит привлечение клиентов и какие суммы планируется потратить в прогнозном периоде, будет ли расширение рынков сбыта и пр.

Если компания небольшая, финансовый план полностью разрабатывает финансист, напрямую общаясь с подразделениями предприятия. Иногда малые предприниматели привлекают к планированию специалистов с аутсорса. В этом случае важно предоставлять полную информацию и разбираться в каждой цифре вместе со специалистом, чтобы план был корректным.

Алгоритм планирования

Все зависит от вида финплана и масштаба бизнеса. Очень упрощенно и глобально схема выглядит следующим образом:

- оцениваете текущую ситуацию;
- перечисляете, куда и сколько тратите, оптимизируете это;
- определяете источники доходов, ищете пути их увеличения;
- сравниваете с доходами;
- оцениваете рынок, возможности;
- ставите цель в денежном выражении;
- разбиваете ее по кварталам, месяцам, учитывая сезонность и другие факторы.

Планирование без бюджета. Запомните: сначала анализ бюджета, а затем планирование! Вы должны понимать:

- как часто и откуда получаете средства;
- куда тратите;
- когда доходы превышают расходы;
- от чего можно отказаться или что оптимизировать при необходимости;
- сколько денег это добавит.

Неучет обязательных финансовых платежей. Речь идет о расходах, которые нужно обязательно закрывать. Например, заработная плата, кредиты и т. п. Только оплатив их, можно планировать модернизацию оборудования или расширение бизнеса.

Игнорирование инфляции. Эта ошибка появляется в долгосрочных планах. Важно учитывать обесценивание денег и рост цен из-за этого, а также другие факторы.

Нет финансового развития. Получая один и тот же доход, развиваться невозможно, поэтому в планировании надо закладывать расходы на развитие, которые дадут прибыль в будущем. Например, повышение квалификации косметологов в салоне позволит ввести новые процедуры и получить дополнительную выручку.

Бюджет доходов и расходов состоит из всех доходов и расходов за период времени (обычно квартал или год), который организация используют для планирования своих операций. БДР составляется заблаговременно за отчетный период как цель или план, которого бизнес ожидает достичь.

Определив бюджет продаж и спроецировав его на свой бюджет доходов и расходов, вы сможете определить, какую прибыль вы сможете получать каждый месяц, переходя к бюджетному периоду. Составление БДР состоит из следующих этапов:

1. Понимание вашего бизнеса. Говорят, что путешествие в тысячу миль начинается с одного шага. Первый шаг перед тем, как начать свой путь к прибыльности, - это понимание сути вашего бизнеса. Привлечение ключевого персонала, непосредственно осуществляющего ваши стратегические планы, увеличивает ваши шансы на успех. Это также гарантирует соответствие вашего бюджета вашим целям, а также гарантирует, что он составлен и проверен соответствующими лицами.

2. Документирование процесса. Обязательно документируйте процесс составления годового бюджета для установления стандартов и убедитесь в правильности процесса. Процессы могут включать в себя следующие шаги:

- просмотрите ежемесячные отчеты о прибылях и убытках за предыдущий год;
- при необходимости измените ежемесячные данные в соответствии с изменениями в соответствии с новым планом, такими как операции, стоимость и количества;
- выявите и правильно запишите предположения, сделанные на бюджетный период;
- введите и подготовьте бюджет доходов и расходов, используя шаблоны. Различные финансовые шаблоны доступны онлайн для использования. Выберите тот, который наиболее удобен для вас.

3. Мониторинг и управление бюджетом доходов и расходов. После подготовки бюджета доходов и расходов, важно отслеживать бюджет по фактическим результатам, которые должны дать вам информацию о том, как работает ваш бизнес, и о том, собирается ли он достичь ожидаемых целей в вашем стратегическом плане.

- ежемесячные результаты из вашего отчета о доходах должны сравниваться с результатами вашего бюджета;
- любое отклонение, положительное или отрицательное, должно быть принято во внимание, и планы действий должны быть разработаны для решения проблем;
- различная информация может значительно помочь вам в пересмотре вашего плана в критические моменты, чтобы можно было достичь стратегических целей.

4. Определение себестоимости продаж. Расчет того, сколько вы зарабатываете, определяется путем получения общего дохода от продаж за вычетом общей стоимости продаж. При определении себестоимости продаж вам необходимо следовать следующему процессу:

- определите стоимость производства вашего продукта. Будет включать ваши трудовые и материальные затраты. Ваши затраты на производство продукта — это стоимость единицы. Стоимость единицы — это валовая стоимость, которую вы платите, чтобы получить или произвести продукт. После этого вы сможете рассчитать цену за единицу, которая снова включает счета за коммунальные услуги, оборудование, ремонт и техническое обслуживание, хранение, упаковку, расходы на доставку и комиссионные с персонала.
- Затраты на отдельную единицу, такие как счета за коммунальные услуги, можно рассчитать, как среднюю месячную стоимость, поделенную на количество единиц, которые, как предполагается, будут проданы в месяц. Теперь у вас есть средняя оценочная стоимость за единицу.
- Распределение затрат по месяцам бюджета должно помочь вам определить общую стоимость продаж за месяц.
- Опять же, из вашего бюджета продаж, получите прогнозируемое количество единиц в месяц и разделите ваши расходы на продажи на количество продаж. Это дает вам стоимость продажи за единицу.
- Прибавление цены за единицу к вашей стоимости продажи за единицу дает вам общую стоимость продажи за единицу.

5. Определение валовой прибыли. Валовая прибыль — это сумма денег после вычета себестоимости. При расчете валовой прибыли необходимо:

- получить годовой объем продаж из вашего бюджета. Стоимость продажи также называется оборотом;
- получить стоимость продаж из предыдущего раздела;
- вычесть стоимость продаж из своего оборота, чтобы получить валовую прибыль.

6. Получение чистой прибыли. Ваша валовая прибыль не является вашей реальной прибылью. Чтобы получить то, что вы действительно делаете, вычтите другие расходы, косвенно связанные с продажами и единичным производством, такие как:

- заработная плата персонала, которая включает государственные взносы, такие как пенсии и другие виды страхования;
- эксплуатационные расходы на офис и имущество, включая уборку;
- расходы на маркетинг, связи с общественностью, СМИ, рекламу и выставки;
- профессиональные сборы, такие как юридические, бухгалтерские или консультационные;
- финансовые расходы, которые включают в себя банковские проценты и сборы

Косвенные затраты также называются накладными или постоянными затратами. Эти затраты, как правило, со временем меняются, поэтому в вашем бюджете должны быть реалистично растущие затраты, которые могут возникнуть.

7. Расчет вашего денежного потока. Другим фактором, который в значительной степени недооценен при расчете вашего бюджета прибылей и убытков, является ваш денежный поток.

Денежный поток относится к сумме денег, поступающих в вашу компанию и выходящих из нее в начале периода времени или начальному балансу в отношении окончательной суммы в конце этого периода или итогового баланса в конце периода. Денежный поток считается либо отрицательным, либо положительным.

Положительный денежный поток возникает, когда итоговое сальдо выше, чем начальное сальдо, что означает, что активы вашей компании растут или увеличиваются. Говорят, что вы не можете зарабатывать деньги, если не тратите деньги. Компании, показывающие хорошую прибыль, но имеющие отрицательный денежный поток, могут столкнуться с проблемами в долгосрочной перспективе.

Денежный поток — это способность выплачивать наличные, прежде чем что-то сделать взамен. Поэтому при планировании вашего бюджета жизненно важно включить или перечислить все притоки и оттоки денежных средств вашего бизнеса и ожидаемое время для каждого из них. Возможность контролировать, как денежные потоки в ваш бизнес и из него влияют на способность вашего бизнеса в любой момент погасить любой долг.

Как составить БДР?

Бюджет доходов и расходов не имеет какой-либо законодательно утвержденной формы, а потому компания может разработать ее самостоятельно в зависимости от особенностей деятельности.

Разработка БДР предполагает несколько этапов:

Этап 1. Прогноз продаж

На первоначальном этапе необходимо сформировать прогноз продаж, порядок составления которого основывается на рыночном принципе планирования. Прогнозирование начинается со сбора статистики продаж за предыдущие периоды. Прогноз продаж на будущий период необходимо составлять с учетом ситуации на рынке, сезонностью, уровнем цен в компании и у конкурентов на аналогичные товары (работы, услуги).

Этап 2. Бюджет производства

Формирование бюджета производства должно ориентироваться на показатели разработанного бюджета продаж. Бюджет строится таким образом, чтобы объем производимой продукции покрывал объем готовой продукции, необходимой для реализации и в то же время позволял формировать необходимую величину ее запасов. Кроме того, бюджет производства должен ориентироваться на производственные мощности компании, наличие трудовых и финансовых ресурсов.

Этап 3. Бюджет запасов

Этот бюджет тесно связан с бюджетом производства, поскольку его формирование должно ориентироваться на объем производимой продукции. На основе бюджета запасов устанавливается, какой объем готовой продукции будет иметься на складах в конкретный момент времени. Если запасов будет очень много, целесообразно уменьшить объем производства и распродать остатки запасов. Если запасов очень мало, следует увеличить объем производства, чтобы у компании всегда была в наличии готовая продукция. На формирование бюджета запасов влияет сезонность продаж - чем выше спрос на продукцию, тем больше запасов следует иметь на складах.

Этап 4. Бюджет коммерческих расходов

Данный бюджет составляется в привязке к бюджету продаж, поскольку величина коммерческих расходов зачастую зависит от объемов реализации готовой продукции. Необходимо отметить, что коммерческие расходы имеют переменный характер, а потому их объем может быть неодинаковым в разные периоды времени.

Этап 5. Бюджет административных расходов

Административные расходы имеют постоянный характер, поскольку относятся к содержанию аппарата управления компанией. В этой связи объем расходов может быть постоянным в разные периоды времени. Кроме того, он может изменяться в зависимости от того, увеличивается или уменьшается аппарат управления компании.

Этап 6. Бюджет снабжения

Бюджет снабжения (или бюджет закупок) составляется с учетом информации из бюджета продаж и бюджета запасов, а также из бюджета производства. Цель его формирования - определить, когда и в каком объеме нужно пополнять запасы товарно-материальных ценностей, чтобы процесс производства осуществлялся бесперебойно.

Этап 7. Бюджет расходов основных материалов

Данный бюджет формируется для того, чтобы определить величину себестоимости готовой продукции. Он создается с учетом бюджета производства. В него включается информация о том, сколько сырья, материалов и комплектующих будет использовано для изготовления запланированного объема продукции. Иными словами, бюджет необходим для определения потребности в материальных ресурсах.

Бюджет может формироваться не только в денежном, но и в натуральном выражении. Проблема составления в натуральном выражении может быть в том, что не всегда имеется нормативная база по расходу материалов.

Этап 8. Бюджет прямой заработной платы

Прямая заработная плата - это оплата труда работников, занятых в производстве. Бюджет прямой заработной платы тесно связан с бюджетом производства. Кроме того, если сложить показатели бюджета прямой зарплаты и бюджета расходов материалов, можно определить прямую себестоимость продукции единицы продукции, если детализировать информацию по видам продукции и в расчете на единицу.

Этап 9. Бюджет косвенных производственных расходов

К ним относятся расходы, которые компания несет для поддержания производства в нормальном действующем состоянии, но которые невозможно отнести на конкретный вид продукции. Косвенные производственные расходы, рассчитанные на единицу продукции, вместе с прямой себестоимостью позволяют определить производственную себестоимость единицы продукции.

Этап 10. Бюджет себестоимости

Он формируется на основе информации из бюджета производства, бюджета расходов материалов, бюджета прямой заработной платы, бюджета косвенных производственных расходов, бюджета коммерческих и управленческих расходов. Он позволяет определить фактическую себестоимость произведенной продукции.

Этап 11. Бюджет доходов и расходов

На основании всех разработанных бюджетов формируется бюджет доходов и расходов. Изначально формируется доходная часть бюджета по направлениям

деятельности: операционной, финансовой, инвестиционной. Представленные ранее бюджеты относятся к операционной деятельности, по двум другим направлениям также можно разработать соответствующие бюджеты.

После того, как доходная часть собрана, необходимо сформировать расходную часть бюджета. Нужно включить в нее все расходы, связанные с операционной деятельностью компании (материалы, оплата труда, коммерческие и административные расходы), а также при необходимости включить затраты по финансовой и инвестиционной деятельности (если такие планируются).

На основе доходной и расходной частей бюджета определяется результат деятельности компании в целом.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Планирование доходов и расходов гостиницы
2. Составление планов и отчетности гостиницы
3. Учет и анализ доходов и расходов в подразделениях гостиницы
4. Направления совершенствование учета и планирования на примере гостиничной организации

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ./

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.1. Показатели доходности гостиничного предприятия, управление ими

3. Цели занятия.

- сформировать знание об особенностях управления доходами гостиничного предприятия
- изучить методики анализа показателей доходности гостиничного предприятия

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Показатели доходности гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Структура доходов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Особенности управления доходами гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Границы ценообразования и управления доходами.
2. Ценообразование в зависимости от канала продаж.
3. Ценообразование на основе издержек.
4. Ценообразование на основе оценки рынка.
5. Ценообразование на основе ценности продукта/услуги.
6. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберта.
7. Юридические особенности управления доходами.
8. Законодательные акты в области ценообразования.

9. Пример закона: акт Робинсона-Пэтмана (Robinson–Patman Act, Anti-Price Discrimination Act).
10. Подход «Захватить и подменить».
11. Показатели доходности гостиничного предприятия
12. Индексы эффективности гостиничного предприятия
13. Подходы к ценообразованию в гостиничных предприятиях
14. Особенности управления доходами гостиничного предприятия с юридической стороны

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.2. Подходы к управлению доходами : экономический, бухгалтерский.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об уровнях управления доходами.
- изучить технологии оценки эффективности управления доходами.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Уровни управления доходами.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Чистый эффект от системы управления доходами	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.3	Измерение эффективности системы управления доходами	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Управление доходами площадок для мероприятий.
2. Ограничения характеристики площадей.
3. Способы измерения эффективности управления.
4. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса.
5. Применение расчета цены на квадратный метр.
6. Согласование цены и технических ограничений.
7. Составление отчетов по использованию конференц-площадок.
8. Сопоставление и слияние прогноза загрузки и прогноза использования конференц-площадок.

9. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров.
10. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).
11. Программное обеспечение систем управления мероприятиями.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: написание реферата

Перечень тем рефератов раздела 1:

1. Границы ценообразования и управления доходами.
2. Ценообразование в зависимости от канала продаж.
3. Ценообразование на основе издержек.
4. Ценообразование на основе оценки рынка.
5. Ценообразование на основе ценности продукта/услуги.
6. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберта.
7. Юридические особенности управления доходами.
8. Законодательные акты в области ценообразования.
9. Монополистическое ценообразование.
10. Излишек производителя и излишек потребителя.
11. Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации.
12. Дифференцированное ценообразование.
13. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе.
14. Подход как к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей.
15. Влияние сдвигов спроса.
16. Основы оптимизации цен.
17. Специальные цены.
18. Структура тарифов для случайных гостей.
19. Изменение, сдвиг цен для групп.
20. Корпоративные тарифы, программы лояльности корпоративных клиентов.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

Если цена меньше средних издержек, то:

a. фирма будет получать прибыль

б. фирма будет нести убыток
в. прибыль будет равна нулю
г. прибыль будет расти

Достижение намеченных результатов деятельности предприятия наиболее экономичным способом:
а. предмет управления затратами;
б. цель управления затратами;
в. задача управления затратами;
г. принцип управления затратами.

Маржинальный доход предприятия – это:
а. выручка за вычетом переменных затрат;
б. выручка за вычетом постоянных затрат;
в. доля прибыли в выручке предприятия;
сумма прибыли, приходящаяся на единицу продукции;

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ.

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1. Ключевые факторы, влияющие на доходы отеля

3. Цели занятия.

- изучить методики оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия
- сформировать знания о ключевых факторах, влияющиех на доходы отеля

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сегментирование рынка	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

2	Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Позиционирование гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Ценообразование при электронных продажах.
2. Оптимизация объявленных прейскурантных цен.
3. Выявление потребности в создании новых тарифов.
4. Экономика ценового дифференцирования.
5. Ограничения ценового дифференцирования.
6. Тактика ценового дифференцирования.
7. Что такое рыночный сегмент?
8. Как провести сегментирование на гостиничных предприятиях?
9. Какое влияние оказывает сегментирование на ценообразование на гостиничных предприятиях?
10. Какие существуют ограничения при сегментировании?
11. Что такое эффект «каннибализации» на гостиничных предприятиях?
12. Каковы направления применения прогнозирования на гостиничных предприятиях?
13. Каковы направления применения бенчмаркинга на гостиничных предприятиях?
14. Каковы направления применения бюджетирования на гостиничных предприятиях?
15. Охарактеризуйте программные средства прогнозирования.
16. Как проводится сравнение с конкурентами?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ.

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.2. Ценообразование в гостиничном бизнесе

3. Цели занятия.

−сформировать основные принципы ценообразования в гостиничном бизнесе

−изучить показатели эффективности применения ценовых стратегий

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды ценовой дискриминации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Дифференцированное ценообразование.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Динамическое ценообразование.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Обзор теорий ценообразования.
2. Монополистическое ценообразование.
3. Излишек производителя и излишек потребителя.
4. Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации.
5. Двухкомпонентные тарифы.
6. Скидки с объема продаж.
7. Ценообразование пакетных услуг.
8. Дифференцированное ценообразование.
9. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе.
10. Подход как к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей.
11. Влияние сдвигов спроса. Основы оптимизации цен.
12. Специальные цены.
13. Запрос на продукт (Request For Proposal – RFP).
14. Запрос на цену (Request For Quotation – RFQ).
15. Кривая выигрыша/проигрыша.
16. Логистическая регрессия.
17. Динамическое ценообразование.
18. Розничное динамическое ценообразование.
19. Ценообразование при электронных продажах.
20. Оптимизация объявленных прейскурантных цен.
21. Выявление потребности в создании новых тарифов.
22. Экономика ценового дифференцирования.
23. Ограничения ценового дифференцирования.
24. Тактика ценового дифференцирования.
25. Тактика ценового дифференцирования.
26. Скидки при продажах больших объемов гостиничных услуг.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: написание реферата

Перечень тем рефератов к разделу 2:

1. Ценообразование при электронных продажах.
2. Оптимизация объявленных прейскурантных цен.
3. Выявление потребности в создании новых тарифов.
4. Экономика ценового дифференцирования.
5. Ограничения ценового дифференцирования.
6. Тактика ценового дифференцирования.
7. Скидки при продажах больших объемов гостиничных услуг.
8. Потребительское признание.
9. Потребительское восприятия динамического ценового дифференцирования.
10. Возможности применения теории перспектив.
11. Тактические приемы снижения неудовлетворенности восприятия потребителем дифференцирования.

12. Ценовой анализ. Анализ цен гостиничного предприятия.
13. Функции ценового отклика. Готовность платить определенную цену.
14. Тактическое ценообразование и оптимизация при наличии ограниченного предложения.
15. Оптимальные условия базового ценообразования.
16. Ценообразование в условиях ограниченных мощностей.
17. Калькулирование и использование альтернативных издержек.
18. Дополнительные издержки.
19. Упущенная выгода.
20. Динамическое ценообразование.
21. Розничное динамическое ценообразование.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы

обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

Прибыль от обычной деятельности определяют:

а. путем вычитания из прибыли до налогообложения налога на прибыль и иных аналогичных платежей
б. вычитанием из выручки от продаж полной себестоимости проданной продукции
в. вычитанием из прибыли от продаж налога на прибыль
г. путем учета прочих доходов гостиницы

Показатель чистой прибыли определяют:

а. вычитанием из прибыли от продаж налога на прибыль
б. к прибыли от продаж прибавляют операционные и внереализационные доходы и вычитают операционные и внереализационные расходы
в. к чистой прибыли от обычной деятельности прибавляют чрезвычайные доходы и из полученной суммы вычитают чрезвычайные расходы
г. вычитанием из выручки управленческих расходов

Рентабельность предприятия — это:

а. получаемая предприятием прибыль
б. относительная доходность или прибыльность (измеряемая в процентах) как отношение прибыли к затратам капитала
в. отношение прибыли к средней стоимости основных фондов и оборотных средств
г. отношение прибыли к цене изделия

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 3.1. Управленческий учет затрат на предприятии гостиничного типа

3. Цели занятия.

- сформировать знание о направлениях затрат гостиницы
- изучить методы анализа и учета затрат на имущество гостиницы

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Классификация и особенности формирования основных фондов гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Классификация и особенности формирования оборотных фондов гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Учет затрат на формирование имущества гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Виды затрат гостиницы
2. Классификация затрат для управленческого учета
3. Классификация затрат по элементам и содержанию
4. Классификация затрат по статьям

5. Классификация и особенности основных и оборотных фондов гостиницы, затраты на них
6. оценки состояния и движения основных фондов.
7. Моральный и физический износ основных фондов;
8. Амортизация как вид затрат гостиничного предприятия

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 3.2. Показатели эффективности эксплуатации гостиничных мест.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о формировании затрат на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия
- изучить типологию построения системы планирования и бюджетирования затрат на номерной фонд

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Затраты, связанные с использованием номерного фонда	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Планирование затрат, связанные с использованием номерного фонда	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.3	Характеристика затрат на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Текущие затраты и себестоимость услуг гостиничного хозяйства;
2. Понятие затрат и себестоимости услуг.
3. Классификация затрат.
4. Характеристика затрат на производство и реализацию услуг гостиничного предприятия.
5. Планирование затрат гостиничного хозяйства.
6. Ценообразование в сфере гостиничных услуг.
7. Ценовая политика гостиницы.
8. Подходы и методы ценообразования

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов раздела 3:

1. Ценовой̆ образ.
2. Ценовая дифференциация и удовлетворенность клиента.
3. Тактические приемы снижения неудовлетворенности восприятия потребителем дифференцирования
4. Системный подход к управлению доходами. Уровни управления доходами.
5. Чистый эффект от системы управления доходами.
6. Измерение эффективности системы управления доходами.
7. Контроль бронирования. Пределы бронирования, уровни ограничения.
8. Модель потребительского бронирования; модель «Newsboy»; метод критического уровня. Эвристические методы. Механизмы контроля уровня бронирования.
9. Измерение и управление перебронированием
10. Факторы перебронирования: отъезды, гарантированные бронирования
11. Управление доходами площадок для мероприятий.
12. Ограничения характеристики площадей.
13. Способы измерения эффективности управления.
14. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса.
15. Применение расчета цены на квадратный метр. Согласование цены и технических ограничений.
16. Разработка программ стимуляции спроса.
17. Разработка календаря спроса на банкетные услуги.
18. Составление отчетов по использованию конференц-площадок.
19. Сопоставление и слияние прогноза загрузки и прогноза использования конференц-площадок.
20. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров.
21. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к

тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

7. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

8. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
9. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с

современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

10. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

11. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

12. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерный перечень заданий

Задачами управления затратами на предприятии являются:

а. повышение эффективности деятельности предприятия;
б. определение затрат по основным функциям управления;
в. калькулирование себестоимости продукции;

г. подготовка информационной базы, позволяющей оценивать затраты при выборе и принятии хозяйственных решений.

К функциям управления затратами относятся:
а. планирование и прогнозирование;
б. учет и контроль;
в. анализ;
г. регулирование и модернизация.

К объектам управления затратами относятся:
а. материальные и трудовые затраты;
б. работники предприятия;
в. затраты предприятия;
затраты на производство продукции.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 4. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ, РАСХОДАМИ, ПРИБЫЛЬЮ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 4.1. Показатели эффективности деятельности гостиницы

3.Цели занятия.

- сформировать основные принципы построения системы управления эффективностью гостиницы
- изучить методы формирования финансового результата гостиницы

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Выручка и прибыль гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Рентабельность гостиничного предприятия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Результаты финансово-экономического анализа.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Показатели эффективности деятельности гостиницы
2. Что такое рентабельность Примеры показателей рентабельности.
3. Какие виды рентабельности вам известны
4. Назовите факторы повышения доходов и сокращения расходов
5. Финансовое состояние предприятия, факторы влияющие на результативность деятельности.
6. Привести классификацию системы показателей финансово-хозяйственной деятельности.
7. Назовите как оценить эффективность текущей деятельности
8. Основные направления использования результатов финансово-экономического анализа и разработка управленческих решений.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И РАСХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. РАЗДЕЛ 4. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДАМИ, РАСХОДАМИ, ПРИБЫЛЬЮ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 4.2. Совершенствование учета и планирования доходов и расходов гостиничной организации

3. Цели занятия.

- сформировать основные принципы управления затратами на предприятии
- изучить технологии планирование доходов, расходов гостиничного предприятия

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Принципы управления затратами на предприятии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности затрат как предмета управления	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Планирование доходов, расходов гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Планирование доходов и расходов гостиницы
2. Составление планов и отчетности гостиницы
3. Учет и анализ доходов и расходов в подразделениях гостиницы
4. Направления совершенствование учета и планирования на примере гостиничной организации

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: написание реферата

Перечень тем рефератов к разделу 4:

1. Охарактеризуйте структуру экономического жизненного цикла продукта.
2. средства гостиничного предприятия
3. Финансовая отчетность гостиницы
4. Понятие калькуляции. Виды калькуляций.
5. Способы отнесения затрат на продукт.
6. Издержки гостиничного хозяйства
7. Основные направления снижении затрат гостиницы.
8. Рентабельность. Понятие и виды.
9. Что включает понятие затрат на качество?
10. Понятие эффективности деятельности гостиничного предприятия и методы расчета
11. Основные показатели деятельности гостиницы.
12. Каким образом удается разрешить противоречие «затраты — качество» гостиничного предприятия
13. 18.Ценообразование. Специфика ценообразования в гостинице
14. 19.Прибыль предприятия. Виды прибыли
15. Методика учета материально-производственных запасов
16. Порядок оценки материальных запасов при их списании на затраты производства.
17. Основные и оборотные

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью

отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

АЙДЕНТИКА И БРЕНДИНГ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки
«43.03.03 Гостиничное дело»

Направленность
«*Гостинично-ресторанная деятельность*»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.
- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.
- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕХНОЛОГИИ БРЕНДИРОВАНИЯ В СФЕРЕ HoReCa	
Тема 1.1. Основные модели брендинга и их характеристика	Современное понимание бренда и его компоненты. Функции бренда в индустрии гостеприимства. Маркетинговая классификация брендов. Основные модели брендинга и их характеристика.
Тема 1.2. Современная среда бренда: экономическая, правовая и социально-культурная	Экономическая среда бренда. Стоимость бренда. Проблемы оценки нематериальных активов. Методы оценки стоимости бренда. Правовая среда бренда. Социально-культурная среда бренда. Лояльность гостей.
РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	
Тема 2.1. Бренд-менеджмент в сфере HoReCa	Организация бренд ориентированного бизнеса в индустрии гостеприимства. Согласование стратегии брендинга со стратегией гостиничного предприятия. Разработка идентичности бренда. Разработка идентификаторов бренда гостиничного предприятия и предприятия общественного питания. Система визуальной идентификации бренда. Сущность и специфика понятия «айдентика». Брендбук: структура и содержание. Гайдлайн гостиничного предприятия/предприятия общественного питания: логотип, фирменные цвета и шрифты. Управление коммуникациями бренда. Коммуникативная карта бренда.
Тема 2.2. Управление развитием бренда в сфере HoReCa	Аудит бренда по Л. Паркеру и Дж. Ле Пла. Внутренний и внешний аудит бренда. Архитектура бренда. Архетип бренда. Результативность и эффективность брендинга. Особенности управления брендом на операционном, тактическом и стратегическом уровнях. Мониторинг положения бренда (операционный уровень). Ключевые индикаторы эффективности брендинга (тактический уровень). Сбалансированная система показателей бренд менеджмента (стратегический уровень). Ребрендинг. Международные стандарты по оценке стоимости брендов.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических занятий:

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.
- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия – это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.
- Круглый стол – общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.
- Метод проектов – это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕХНОЛОГИИ БРЕНДИРОВАНИЯ В СФЕРЕ HoReCa

Тема 1.1. Основные модели брендинга и их характеристика

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и цель коммуникационной стратегии.
2. Правила формирования положительного имиджа бренда.
3. Типы коммуникационных стратегий.
4. История развития брендинга.

5. Отечественные бренды в разных отраслях и сферах деятельности.

Тема 1.2. Современная среда бренда: экономическая, правовая и социально-культурная

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности законодательной базы РФ в области брендинга.
2. Система охраны товарных марок в Европе.
3. Система охраны товарных знаков в США.
4. Ответственность за незаконное использование товарного знака.
5. 15 типов отношений потребителей к бренду.
6. 7 факторов, определяющих прочность отношения потребителей к бренду.
7. Приверженность бренду по Д. Аакеру.
8. Антипреверженность бренду по М. Вай Ли.
9. Бренды как агенты социальных коммуникаций.
10. Теория полезности и модель ожидаемой полезности.

РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 2.1. Бренд-менеджмент в сфере HoReCa

Вопросы для самоподготовки:

1. Бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов.
2. Методы построения успешных брендов.
3. Значение бренда для роста экономических инициатив в регионе.
4. Удачная идея для туристского бренда как фактор оживления экономики региона.
5. Удачный бренд и конкурентоспособность.

Тема 2.2. Управление развитием бренда в сфере HoReCa

Вопросы для самоподготовки:

1. Поиск «аутентичности» для гостиниц: возможности повышения конкурентоспособности.
2. Офисбук: визитки, фирменный бланк, конверт, ручка, карандаш, папка. Правила оформления и распространения.
3. Бренд как ментальная конструкция.
4. Айдентика отелей как вид искусства.
5. Миссия бренда: общее и особенное для предприятий HoReCa.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами,

вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы,

умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;

- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль) Айдентика и брендинг в гостиничном бизнесе.

2. Раздел 1. Теоретические аспекты технологии брендирования в сфере HoReCa

3. Цели занятия: сформировать представление о применении современных технологий продвижения услуг в сфере HoReCa

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Современное понимание бренда и его компоненты. Функции бренда в индустрии гостеприимства. Маркетинговая классификация брендов. Основные модели брендинга и их характеристика.	Вводная лекция
2.	Экономическая среда бренда. Стоимость бренда. Проблемы оценки нематериальных активов. Методы оценки стоимости бренда. Правовая среда бренда. Социально-культурная среда бренда. Лояльность гостей.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Описание ситуации на рынке гостиничных услуг и услуг общественного питания. Обоснование поиска современных и эффективных инструментов продвижения продуктов и услуг в гостиничном и ресторанном бизнесе.

1. Тема лекционного занятия - Основные модели брендинга и их характеристика

У понятия «бренд» нет единого и общепризнанного на международном уровне определения. Разные авторы в разные годы давали свои определения и расставляли в этих определениях свои акценты.

В современном понимании бренд – это ментальная конструкция, которая формируется в сознании потребителя и отождествляется с уникальными потребительскими свойствами товара или услуги. Бренды формируются эмоциями, чувствами и воображением, поэтому применение этого термина ограничено лишь тем, как это воспринимается потребителями.

Бренд обязан нести в себе набор функциональных, эмоциональных и качественных обещаний или даже гарантий, которые наилучшим образом удовлетворят потребительские ожидания.

Ценность бренда отражает ценности производителя товаров и услуг, их престижность в глазах потребителя. Культурная составляющая бренда несет в себе национальную или корпоративную культуру. Индивидуальность бренда – это его четкая отстройка от конкурентов. Все вместе должно сформировать у потребителя или определенной целевой аудитории приверженность к бренду. Бренд должен сформировать доверие к своему продукту или услуге высокий уровень доверия за счет гарантий качества и целого ряда преимуществ.

Бренд несет в себе преимущества (Рисунок 1), значительно облегчая развитие линейки товаров и услуг и снижение затрат на маркетинговые мероприятия.

Рисунок 1 - Преимущества бренда на рынке

Основные функции бренда

По статистике около 90% компаний уходят с рынка через два-три года после открытия. Чтобы избежать этой участи, нужно позаботиться о создании эффективного бренда. Именно он обеспечивает объективные конкурентные преимущества и помогает завоевать сердца потребителей.

Функции бренда в гостинично-ресторанном бизнесе.

Бренд выполняет идентифицирующую функцию и делает продукт или услугу узнаваемыми. Цвет, форма, фирменный персонаж — эти и другие элементы помогают выделиться на фоне конкурентов и запомниться покупателям.

Бренд создает целостный и логичный образ, а также унифицирует коммуникации. Для гостиницы это означает упрощение работы с имиджем и репутацией. А гость получает возможность выбирать продукт или услугу с добавочной ценностью.

Бренд обеспечивает дополнительную прибыль. Согласно опросам, покупая услугу известного бренда с положительной репутацией, потребитель готов заплатить на 15-20% больше.

Бренд стимулирует потребителя на совершение повторных покупок. Однажды побывав в гостинице или ресторане и получив положительный опыт использования, при повторной покупке клиент с большей вероятностью выберет ту же гостиницу или ресторан.

Бренд помогает сохраниться в кризис и быстрее восстановиться после него. Имея лояльную аудиторию, предприятие гостеприимства или общепита приобретает некоторый запас прочности, который позволяет с меньшими потерями перенести экономические трудности.

Бренд облегчает вывод на рынок новых продуктов гостиницы или ресторана. Потребители с большей охотой выбирают известные им бренды.

Брендирование направлено на увеличение стоимости продажи гостиничного продукта или услуги. Для гостя отеля или клиента ресторана главным является получение позитивного опыта и гарантии того, что ожидания от посещения туристской территории совпадут с реальностью. Стратегия брендирования должна выстраиваться в определенной последовательности в соответствии со стадиями восприятия гостя (Рисунок 2).

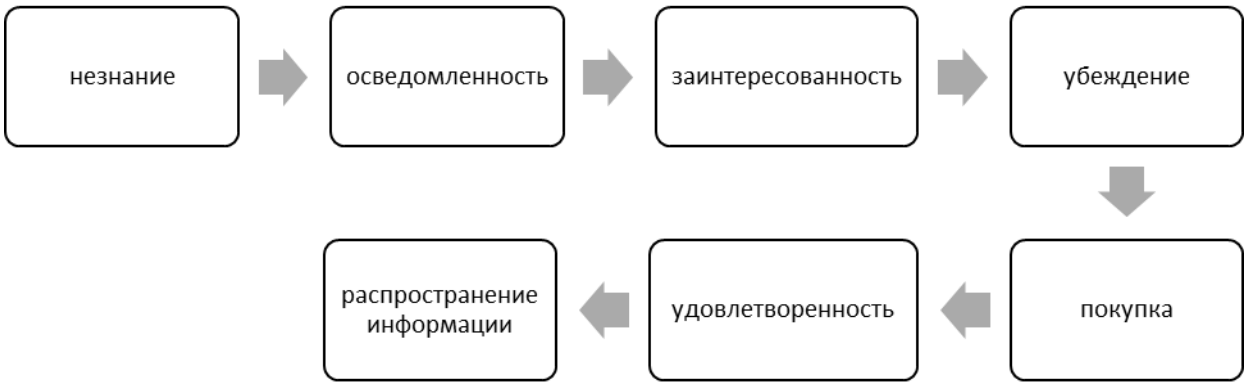


Рисунок 2 – Стадии восприятия бренда

Технология брендирования начинается с проведения SWOT анализа для выявления конкурентных преимуществ, которые в последствии станут идентификаторами объекта (Рисунок 3). Так же данный анализ может помочь понять, какую из стратегий для гостиницы или ресторана нужно применять.

Рисунок 3 - Технология брендирования

Существует несколько вариантов классификации брендов:

По типу объектов для брендинга:

- товарный бренд
- бренд услуги
- бренд организаций (корпоративный бренд)
- персональный бренд
- событийный бренд
- территориальный бренд

По типу продвигаемых продуктов:

- потребительский бренд
- промышленный бренд (B2B бренд)
- высокотехнологичный бренд

По типу территориального присутствия:

- локальный (местный) бренд
- региональный бренд
- национальный (федеральный) бренд
- мультинациональный (международный) бренд

По расположению в иерархии портфеля брендов:

- материнский бренд
- зонтичный бренд
- суббренд

Основные виды брендов: классификация по направленности

По этому критерию все бренды можно разделить на шесть основных категорий.

Товарные бренды. Именно они являются наиболее старым и распространенным видом. Что такое товарный бренд? Это совокупность представлений, мнений, эмоций и ценностных характеристик, имеющих отношение к определенному продукту или группе товаров. В рамках данной категории существует дополнительное деление.

Сервисные бренды. Это бренды, работающие в сфере услуг. В последние десятилетия их количество постоянно растет. Нужно отметить, что в отличие от товарных брендов сервисные не имеют под собой предметной основы. Как следствие, работа с ними строится немного по-другому. Например, здесь нет осязаемой упаковки, которую можно потрогать, повертеть в руках, рассмотреть. Но есть непосредственный контакт потребителя с представителем бренда. Именно поэтому особую важность приобретает соблюдение единых стандартов обслуживания.

Личностный бренд. Стихийно сформировавшийся личностный бренд есть у каждого человека. Например, коллектив считает руководителя дотошным педантом. Это тоже своего рода бренд. При целенаправленной работе с личностными брендами ставка делается на создание положительной репутации, экспертность в каком-либо вопросе, известность целевой аудитории. Что дает личный бренд? По сути, то же, что и товарный или сервисный — возможность дороже продавать услуги и легче переносить кризисы.

Бренд предприятия. Мы уже говорили, что бренд либо формируется стихийно, либо создается специально. Чаще всего, стихийно сформировавшиеся бренды не соответствуют целям и задачам гостиничного предприятия. Можно добиться успеха: создать правильный образ, получить положительную репутацию.

Событийный бренд. Достаточно часто его путают с событийным маркетингом. На самом деле отличить просто. Событийный бренд — это бренд какого-либо события. Например, Олимпийские игры — это крупнейшие состязания, спортивный праздник, пять разноцветных колец и т.д. Что касается событийного (Event) маркетинга, то он подразумевает организацию какого-либо мероприятия с целью развития и продвижения бренда (товарного, сервисного и т.д.).

Территориальный бренд. Конкуренция процветает не только среди производителей, но и среди городов. Им приходится бороться за инвесторов, привлекать квалифицированных специалистов, создавать комфортные условия для жизни и работы. В решении данных задач помогает сильный территориальный бренд. Это понятие было сформулировано Саймоном Анхольтом в 2002 году и с тех пор вызывает все больший интерес. Бренд местности подразумевает разработку визуальных элементов идентификации, создание стратегии позиционирования и развития, формирование общей концепции города или страны. При грамотной реализации эти мероприятия способствуют экономическому развитию, привлечению туристов, улучшению репутации.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

2. Тема лекционного занятия - Современная среда бренда: экономическая, правовая и социально-культурная

Брендинг помогает создать портрет бренда (торговой марки), отличный от портретов брендов конкурентов. В современной экономике брендинг получает все большее распространение как новая отрасль знаний и практической деятельности.

Брендинг – это весь маркетинговый процесс создания (разработки) бренда, его регистрация, управление, продвижение и развитие.

Брендинг - деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к гостиничной услеге или продукту, основанная на совместном воздействии на потребителя рекламных обращений, материалов стимулирования сбыта и других элементов маркетинга, объединенных определенной идеей и фирменным стилем, выделяющих гостиницу или ресторан среди конкурентов и создающих его образ (бренд-имидж).

Брендирование гостиничного предприятия или предприятия общественного питания должно быть обосновано с экономической, социальной, политической, исторической и культурных позиций.

Экономическая среда бренда включает:

- основные показатели стоимости бренда;

- этапы реализации технологии создания стоимости бренда;
- различные методы оценки бренда.

Правовая среда бренда включает:
- нормативно-правовую базу;
- правовую охрану товарных знаков.

Социально-культурная среда бренда связана с тем, что сила бренда — в лояльности покупателей, источник которой — в психологическом желании людей думать о себе хорошим образом.

Правовая среда бренда включает нормативно-правовую базу и правовую охрану товарных знаков.

Существование уникального названия не является гарантией юридической безопасности бренда. Недооценка значимости правовой защиты бренда в большинстве случаев в итоге оборачивается значительными финансовыми инвестициями, направленными на усиление идентификации бренда среди конкурентов, по названию схожих с ним до степени смешения. Только регистрация разработанного названия в качестве Товарного Знака обеспечивает правовую защиту бренда, предотвращая появление одноименных фирм и товаров, являясь действенным аргументом в борьбе с недобросовестной конкуренцией.

Регистрация изобразительного товарного знака предполагает юридическое закрепление за брендом изобразительных элементов логотипа, регистрация объемного товарного знака – закрепление оригинальной формы объемных рекламных конструкций, носителей, упаковки или этикетки. Регистрация комбинированного товарного знака — это правовая защита совокупности элементов, представленной, как правило, названием бренда и графическим начертанием логотипа.

Создание правоохранного названия объединяет несколько этапов работы. Подготовленные варианты названий в обязательном порядке проходят проверку на правоохранность с учётом всех ограничений законодательной базы. Для последующей регистрации названия в Роспатенте необходимо определить класс товара или услуги согласно Международному классификатору товаров и услуг (МКТУ).

Социально-культурная среда бренда связана с тем, что сила бренда – в лояльности клиентов. Реализация разнообразных потребностей населения разных стран связана с понятием кросс-культурные компетенции бренда. Кросс-культурные компетенции бренда – чёткое представление о культуре и нормах государственного регулирования, которые вносят существенные коррективы в программу выхода бренда на новый рынок. Для провала на новом рынке достаточно не учесть хотя бы один из потребительских стереотипов.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

1. Дисциплина (модуль) Айдентика и брендинг в гостиничном бизнесе.

2. Раздел 2. Управление брендом гостиничного предприятия и предприятия общественного питания

3. Цели занятия: сформировать представление о развитии бренда в сфере HoReCa, а также правила и методы разработки айдентики гостиничного предприятия и предприятия общественного питания.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Организация бренд ориентированного бизнеса в индустрии гостеприимства. Согласование стратегии брендинга со стратегией гостиничного предприятия. Разработка идентичности бренда. Разработка	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме

	идентификаторов бренда гостиничного предприятия и предприятия общественного питания. Система визуальной идентификации бренда. Сущность и специфика понятия «айдентика». Брендбук: структура и содержание. Гайдлайн гостиничного предприятия/предприятия общественного питания: логотип, фирменные цвета и шрифты. Управление коммуникациями бренда. Коммуникативная карта бренда.	
2.	Аудит бренда по Л. Паркеру и Дж. Ле Пла. Внутренний и внешний аудит бренда. Архитектура бренда. Архетип бренда. Результативность и эффективность брендинга. Особенности управления брендом на операционном, тактическом и стратегическом уровнях. Мониторинг положения бренда (операционный уровень). Ключевые индикаторы эффективности брендинга (тактический уровень). Сбалансированная система показателей бренд менеджмента (стратегический уровень). Ребрендинг. Международные стандарты по оценке стоимости брендов.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема лекционного занятия - Бренд-менеджмент в сфере HoReCa

Введение.

Формулирование темы занятия. Изложение материалов лекции с демонстрацией иллюстративного материала.

Клиентоориентированный бизнес — это подход к клиентам, при котором компания в первую очередь нацелена на удовлетворение их желаний и потребностей.

Основные принципы клиентоориентированности:

Эмпатия и глубокое понимание клиента.

Забота и желание помочь.

Свобода персонала в работе с клиентом.

Индивидуальный подход и внимательность.

Желание приятно удивлять.

Для повышения клиентоориентированности в бизнесе можно использовать следующие методы:

Слушать клиентов.

Поощрять сотрудников и клиентов.

Завести CRM.

Оптимизировать сайт.

Определить стандарты операционных процессов.

Правильно реагировать на критику.

Анализировать обратную связь.

Разработать программу лояльности.

Клиентоориентированность начинается с сотрудника, но и весь бизнес тоже должен ориентироваться на клиента в своих регламентах и коммуникациях. Клиентоориентированность сотрудника. Каждый работник должен быть ориентирован на потребности и удовлетворение клиентов. Это значит, что сотрудник должен быть доброжелательным, коммуникабельным, способным выслушать и понять клиента, а еще знать продукт и соблюдать баланс между интересами бизнеса и клиента.

Что входит в клиентоориентированность сотрудника:

быть доброжелательным — создавать приятную атмосферу, улыбаться и быть гостеприимным;быть коммуникабельным — слушать клиентов и задавать вопросы для более глубокого понимания потребностей;

сохранять позитивный настрой — поддерживать клиентов даже в самых трудных ситуациях и уметь работать с негативом;

знать продукт — предоставлять полную и полезную информацию о продукте, помогать клиентам сделать выбор;

соблюдать регламенты — это нужно, чтобы гарантировать качество обслуживания каждому клиенту.

Все должны соблюдать правила общения и соответствовать их ожиданиям. Это значит, что сотрудники хотят и могут удовлетворять желания клиентов. Для этого нужно соблюдать стандарты обслуживания и принципы коммуникации, которые приняты в бизнесе.

Продуктивная стратегия брендинга:

Должна быть только честной;

Должна уметь учитывать стереотипы, связанные с территориями, на которых расположен отель или ресторан;

Должная быть ориентированной на измеримые результаты.

Айдентика бренда (brand identity) - набор идентификационных качеств, который отличает данный товар от других схожих товаров, формируется совокупностью элементов и поддерживается рекламным образом (имиджем), призванным формировать положительные ассоциации потребителей с брендом.

Айдентика — это визуальная система идентификации бренда, внешний образ компании в глазах клиентов, сотрудников и общества. Самый привычный и понятный элемент айдентики — логотип компании. Не нужно указывать название, чтобы понять, какой компании принадлежит логотип. Проще говоря, айдентика бренда — это комплекс шрифтов, цветов, изображений, стилей, которые используются во всем визуале, будь это сайт, визитка или меню, которое подают в ресторане.

Требования к айдентике гостиницы:

Соответствие идее и городской идентичности.

Содержательность и однозначность.

Полнота элементов (цвета, шрифты, лого) и их взаимосвязь.

Строгая стандартизация элементов и регламентация их использования.

Простота использования и сложность копирования.

Смысловая и художественная уникальность.

Проблемы в создании дизайна и фальсификации:

Подделка текстовых элементов бренда.

Подделка графических элементов бренда.

Копирование бренда («паразитический маркетинг»).

Подделка текстовых элементов бренда:

Зрительное сходство.

Фонетическое сходство.

Контекстная имитация - использование смысловых ассоциаций.

Антонимическая параллель.

При этом следует иметь ввиду, что города могут позволить себе динамичный брендинг: проработав и закрепив в имидже одни стороны, они меняют концепцию и делают другие акценты.

Использовать слово «брендбук» для описания фирменного стиля не совсем корректно. Это более широкое понятие: изначально так называли пособие, где отражена философия бренда и его отличительные особенности.

Гайд по использованию айдентики правильнее называть гайдлайном. Это исчерпывающее описание визуального фирменного стиля. Но верный термин употребляется

редко — большинство специалистов и их клиенты обычно зовут дизайнерскую инструкцию брендбуком.

Что входит в брендбук:

Содержание

Девиз и история

Руководство по логотипу

Руководство по цвету, шрифтам, мокапам и т.д.

Позиционирование

Руководство по логотипу: Все возможные варианты логотипа должны быть продуманы

В любой ситуации логотип должен выглядеть так, как задумывался изначально. Это предотвратит искажения при размещении на нестандартных поверхностях — например, на рекламном баннере, растянутом на высоту пяти этажей.

Что обычно прописано в инструкции:

варианты цветов лого;

вид эмблемы в черно-белой версии;

варианты размеров и допустимые пропорции;

пространство, которое нужно оставлять вокруг логотипа;

руководство, в каком случае использовать каждую из версий эмблемы (они могут быть разными для соцсетей, лендинга и визитки);

описание недопустимых вариантов использования.

Ребрендинг гостиницы можно определить, как процесс создания новой миссии бренда, обусловленный необходимостью изменения отношения к нему целевых аудиторий или акцентирования культурной, экономической, туристической или иной привлекательности данной территории.

Основные причины ребрендинга:

признание изначальной идеи бренда неудачной или отжившей свое;

изменения состава и качественных характеристик целевых аудиторий;

новые цели и задачи развития территории;

усиление позиций конкурентов.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

1. Тема лекционного занятия - Управление развитием бренда в сфере HoReCa Введение.

Формулирование темы занятия. Изложение материалов лекции с демонстрацией иллюстративного материала. Обобщение изложенного материала.

Аудит бренда — это анализ и оценка параметров и характеристик бренда с целью определить его текущее состояние и положение на рынке.

Аудит включает исследование ценностей, методов коммуникации, целевой аудитории, конкурентной среды и рынка. Он помогает определить, где компания находится сейчас, сформулировать новые цели, найти способы и инструменты для их достижения.

Аудит бренда – самый надежный метод отслеживания позиций компании, динамики рынка и отношений с клиентами. Регулярная проверка третьего лица необходима для получения достоверной информации обо всех сторонах бизнеса. Пренебрегать аудитом – значит поставить конкурентоспособность на самотек, а прибыль – под угрозу.

Цели и задачи аудита бренда – провести всесторонний анализ компании и ее положения относительно конкурентов. Смысл в том, чтобы вовремя обнаруживать невидимые точки слива либо быстро находить и устранять причины проблем.

Целями аудита бренда могут быть:

увеличение продаж;

выход на новые рынки;

снятие возражений по стоимости продуктов и услуг;

отстройка предложения от конкурентов;
расширение и увеличение аудитории;
выяснение репутационного статуса компании;
оценка восприятия целевой аудитории;
поиск эффективной стратегии позиционирования;
определение возможности роста;
модернизация рекламной стратегии;
оценка внутреннего состояния компании;
поиск сильных и слабых сторон;
выявление потребностей и желаний ЦА;
определение методов завоевания лояльности потребителей;
оптимизация корпоративной культуры.

Аудит бренда – необходимая база для упаковки бренда, когда требуется создание фирменного стиля, реорганизация компании, запуск производства новых товаров и услуг, расширение ассортимента, создание брендинга, разработка нейминга, выстраивание коммуникационной стратегии и др.

Виды аудита различают в зависимости от ситуации, целевой аудитории и характера изучения бренда.

Внешний и внутренний.

Внутренний аудит включает в себя изучение бизнес-процессов, происходящих исключительно внутри компании. К элементам внутреннего аудита относятся:

- выявление идеологии – ценностей и миссии компании, ее мировоззрения и идеалов, смыслов, вызывающих одобрение аудитории и положительный отклик;
- проверка лояльности сотрудников – кадровый состав, уровень компетенций сотрудников, отношение к компании и в коллективе, система мотивации;
- анализ репутации и имиджа – видение бренда глазами клиентов, ассоциативный ряд, уровень доверия, наличие эмоционального отклика;
- нахождение сильных и слабых сторон бренда– конкурентные преимущества, уникальность, позиционирование;
- анализ маркетинговых показателей – изучение статистики за определенный период;
- проверка системы корпоративной коммуникации – вертикально-горизонтальные системы отношений, внутренние социальные лифты;
- нахождение слабых мест в воронке продаж – определение неэффективных решений и нахождение в системе точек потерь на каждом этапе продаж;
- поиск стратегии долгосрочного развития – перспективы, потенциальные риски и выявление новых возможностей.

Внешний аудит ориентирован на изучение среды, в которой находится бренд:

- исследование макросреды – изучение глобальных экономических трендов в контексте актуального развития;
- анализ рынка – уровня спроса, анализ потребительской аудитории, поведения клиентов и уровня конкуренции;
- изучение смежных областей – любых сфер, напрямую или косвенно связанных с брендом;
- анализ статистических данных – исследования открытых источников информации;
- проведение интервью –выяснение мнения экспертов, сегментов целевой аудитории, потенциальных клиентов, опросы фокус-групп;
- анализ конкурентной среды – оценка потенциала относительно конкурентов и лидеров рынка.

Системный аудит бренда проводится постоянно с определенной периодичностью. Подход позволяет заблаговременно отследить изменения в динамике продаж, проверить

состояние репутации, оценить целесообразность маркетинговой стратегии, понять и скорректировать перспективы развития. Срочный аудит бренда – внеплановая проверка, которая может потребоваться для оперативного решения внезапно возникших проблем. Аудиты брендов для B2B- и B2C-сегмента различаются. Если бренд ориентирован на частных потребителей, основной упор в исследованиях идет на выстраивание эмоциональной связи за счет смыслового и визуального восприятия.

Правила формирования положительного имиджа бренда.

- сформированный специалистами образ должен основываться на реальных достоинствах
- имидж должен иметь точный адрес, т.е. привлекать определенную целевую аудиторию
- имидж должен быть оригинальным, отличаться от других и легко распознаваться
- имидж должен быть пластичным, т.е. он должен оперативно изменяться вследствие перемен в экономической, социальной, психологической ситуации, в моде, а также под воздействием восприятия его целевыми аудиториями.

В своей книге Бренд-лидерство Дэвид Аакер и Эрих Йоахимшталер поясняют, что для того, чтобы получить четкость, синергию и мощный рычаг воздействия по всему диапазону имеющихся брендов, вам необходимо создать «бренд-архитектуру», позволяющую организовывать и уточнять отношении между отдельными вашими брендами. Разработка бренд-архитектуры включает:

1) уточнение отношений между отдельными брендами;

2) создание бренд-архитектуры.

Спектр отношений между брендами. Аакер и Йоахимшталер разбирают четыре базовые стратегии, которыми можно воспользоваться для структурирования отношений между вашими брендами:

дом брендов, ведущие и ведомые бренды, основные бренды и суббренды и бренд-дома Эти четыре стратегии отражают отдельные варианты, имеющиеся в общем спектре возможных взаимоотношений между ведущими или основными брендами (уже сформировавшимися брендами / организациями, к которым потребители испытывают доверие) и суббрендами (брендами, которые связаны с ведущими брендами и усиливают или модифицируют ассоциацию потребителя со сформировавшимися брендами). На противоположных концах спектра располагаются дом брендов и бренд-дом. Между этими предельными вариантами находятся варианты ведущих и ведомых брендов и основных брендов и суббрендов.

Аакер и Йоахимшталер сообщают, что каждый бренд в портфеле должен получить одну или больше из следующих ролей.

Стратегическая роль : бренд – важный источник будущих прибылей.

Связующая роль : бренд обеспечивает основной фундамент для формирования потребительской лояльности.

« Серебряная пуля »: бренд положительно влияет на имидж другого бренда.

« Дойная корова »: бренд, имеющий широкую потребительскую базу и не требующий инвестиций, необходимых для других брендов; поэтому его можно использовать для генерирования средств, которые затем инвестируются в стратегические, связующие и серебряные бренды.

Методы определения стоимости бренда:

1. Метод определения стоимости «по доходам» (premium profit) предполагает, что брендированный товар продаётся дороже, чем небрендированный. Стоимость бренда вычисляется как произведение указанной ценовой разницы на предполагаемый объём реализации продукции. Если цены продукции, продаваемые под брендом, не отличаются,

дополнительный доход рассчитывается на основе разницы в объёме реализации в денежном выражении.
2. Метод определения стоимости бренда на основе расходов на его создание и продвижение (затраты на исследования, художественное исполнение, вложения в рекламу и PR, расходы на юридическую регистрацию и др.).
3. Метод «освобождения от роялти» используется при заключении сделки по передаче права пользования брендом другой компании с выплатой роялти в условиях наличия лицензионных соглашений. Стоимость бренда определяется как приведённая сумма будущих выплат за пользование брендом.
4. Метод поступлений (earnings basis) используется подтверждения суммы полученной методом определения стоимости по доходам и методом освобождения от роялти.
5. Метод «остаточной вмененной стоимости», согласно которому стоимость бренда определяется последовательным вычитанием из общей стоимости компании стоимости материальных и нематериальных активов, не относящихся к бренду.

В целом, прибыль бренда (или объём продаж только за счет силы бренда) рассчитывается: из прогнозируемой выручки от брендированных продуктов вычитаются операционные расходы, налоги и затраты на привлеченный капитал, доход от таких нематериальных активов, как патенты и эффективность менеджмента.

Брендинг должен сосредотачиваться на создании активов (капитала) бренда. В долгосрочном проекте правильно построенный бренд должен вызвать подъем силы бренда, которая в свою очередь обеспечит в будущем надежную и стабильную добавленную стоимость бренда (товара).

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль). Айдентика и брендинг в гостиничном бизнесе

2. Тема практического занятия. Теоретические аспекты технологии брендирования в сфере HoReCa

3. Цели занятия. Сформировать навыки применения современных технологий продвижения услуг в сфере HoReCa

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Современное понимание бренда и его компоненты. Функции бренда в индустрии гостеприимства. Маркетинговая классификация брендов. Основные модели брендинга и их характеристика.	Опрос, круглый стол
2.	Экономическая среда бренда. Стоимость бренда. Проблемы оценки нематериальных активов. Методы оценки стоимости бренда. Правовая среда бренда. Социально-культурная среда бренда. Лояльность гостей.	дискуссия

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Сформировать навыки применения современных технологий продвижения услуг в сфере HoReCa

1. Тема практического занятия.

Вопросы к обсуждению:

Современное понимание бренда и его компоненты. Функции бренда в индустрии гостеприимства. Маркетинговая классификация брендов. Основные модели брендинга и их характеристика.

Практические задания:

1. Уход зарубежных гостиничных брендов из РФ: последствия для рынка.
2. Российские гостиничные бренды: перспективы на рынке гостиничных услуг.
3. Мировые гостиничные бренды: история успехов.
4. Долгосрочные отношения между потребителем и брендом в сфере HoReCa.
5. Программы лояльности гостиничных предприятий в России.
6. Антисистемные бренды: причины успеха.
7. Лояльность к гостиничному бренду: в чем ключ к успеху?
8. Что определяет успех гостиничного бренда?
9. Бренд как система отношений.
10. Причины переключения потребителей гостиничных услуг на другие бренды.

Требования к выполнению практического задания: изучение теоретического материала, изучение научных публикаций по теме.

2. Тема практического занятия. Современная среда бренда: экономическая, правовая и социально-культурная.

Вопросы к обсуждению:

Экономическая среда бренда. Стоимость бренда. Проблемы оценки нематериальных активов. Методы оценки стоимости бренда. Правовая среда бренда. Социально-культурная среда бренда. Лояльность гостей.

Практические задания:

1. Индекс лояльности.
2. Кто к кому подстраивается: бренд к потребителю или потребитель к бренду?
3. Личный бренд: возможности использования в сфере HoReCa.
4. Методы оценки стоимости бренда.
5. Методы оценки стоимости бизнеса и его нематериальных активов.
6. Основные показатели стоимости бренда.
7. Международное и российское законодательство по охране товарных знаков.
8. Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент).
9. Региональные бренды России – новые точки роста.
10. Гастрономические бренды России (рейтинг).
11. Туристический бренд Российской Федерации.
12. Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города.
13. Экономика событий и впечатлений.
14. Эффект Бильбао.
15. Роль киноиндустрии в формировании бренда туристской дестинации.

Требования к выполнению практического задания: изучение теоретического материала, изучение научных публикаций по теме.

1. Дисциплина (модуль). Айдентика и брендинг в гостиничном бизнесе

2. Тема практического занятия. Управление брендом гостиничного предприятия и предприятия общественного питания

3. Цели занятия. Сформировать навыки применения современных технологий продвижения услуг в сфере HoReCa

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Организация бренд ориентированного бизнеса в индустрии гостеприимства. Согласование стратегии брендинга со стратегией гостиничного предприятия. Разработка идентичности бренда. Разработка идентификаторов бренда гостиничного предприятия и предприятия общественного питания. Система визуальной идентификации бренда. Сущность и специфика понятия «айдентика». Брендбук: структура и содержание. Гайдлайн гостиничного предприятия/предприятия общественного питания: логотип, фирменные цвета и шрифты. Управление коммуникациями бренда. Коммуникативная карта бренда.	Кейс
2.	Аудит бренда по Л. Паркеру и Дж. Ле Пла. Внутренний и внешний аудит бренда. Архитектура бренда. Архетип бренда. Результативность и эффективность брендинга. Особенности управления брендом на операционном, тактическом и стратегическом уровнях. Мониторинг положения бренда (операционный уровень). Ключевые индикаторы эффективности брендинга (тактический уровень). Сбалансированная система показателей бренд менеджмента	Расчетно-практическое задание

	(стратегический уровень). Ребрендинг. Международные стандарты по оценке стоимости брендов.	

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Сформировать навыки развития бренда и разработки айдентики гостиничного предприятия и предприятия общественного питания.

1. Тема практического занятия. Бренд-менеджмент в сфере HoReCa

Вопросы к обсуждению:

Организация бренд ориентированного бизнеса в индустрии гостеприимства. Согласование стратегии брендинга со стратегией гостиничного предприятия. Разработка идентичности бренда. Разработка идентификаторов бренда гостиничного предприятия и предприятия общественного питания. Система визуальной идентификации бренда. Сущность и специфика понятия «айдентика». Брендбук: структура и содержание. Гайдлайн гостиничного предприятия/предприятия общественного питания: логотип, фирменные цвета и шрифты. Управление коммуникациями бренда. Коммуникативная карта бренда.

Практические задания:

1. Изучение гостиничного бренда/бренда предприятия общественного питания и выявление его сильных и слабых сторон.
2. Изучение бренда гостиничной сети Азимут (или иной гостиничной сети России) и выявление причин (факторов) успеха.
3. Изучение успешного брендирования города. Выявление причин (факторов) успеха. Какие гостиничные предприятия или гостиничные цепочки есть в этом городе? Как развивается в нем гостиничный бизнес?
4. Заполните таблицу на примере действующего гостиничного предприятия или предприятия общественного питания. Нужен ли предприятию ребрендинг или только коррекция существующего бренда? Обоснуйте ответ.

Что есть сейчас?	Каковы наши варианты (наш выбор)?	Чем мы хотим стать?	Что для этого нужно сделать?
Место / Place			Место / Place
Люди / People			Люди / People
Курс/ Course			Курс/ Course
Партнеры/ Partners			Партнеры/ Partners

5. Выполните задание. Заполните таблицу, приведя соответствующие примеры ассоциаций городов-брендов. Изучите гостиничные предприятия этого города. Дайте общий обзор и особенности гостиниц (при наличии).

Город – столица	
Город – развлечение	
Город -музей	
Город – событие	
Умный город	
Священный город	
Город для бизнеса	

Требования к выполнению практического задания: изучение теоретического материала, изучение научных публикаций по теме. Задание выполняется в письменном виде и предоставляется на проверку ведущему преподавателю.

2.Тема практического занятия.

Вопросы к обсуждению:

Аудит бренда по Л. Паркеру и Дж. Ле Пла. Внутренний и внешний аудит бренда. Архитектура бренда. Архетип бренда. Результативность и эффективность брендинга.

Особенности управления брендом на операционном, тактическом и стратегическом уровнях. Мониторинг положения бренда (операционный уровень). Ключевые индикаторы эффективности брендинга (тактический уровень). Сбалансированная система показателей бренд менеджмента (стратегический уровень). Ребрендинг. Международные стандарты, по оценке стоимости брендов.

Практические задания:

1. Разрабатотать предложения по развитию бренда и айдентики в деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания (на примере конкретного предприятия).
2. Разработать предложения по ребрендингу предприятия сферы гостеприимства или общественного питания (на примере конкретного предприятия).
3. Разработать план проведения аудита бренда предприятия сферы гостеприимства или общественного питания (на примере конкретного предприятия).
4. Разработать брендбук для предприятия сферы гостеприимства или общественного питания (на примере конкретного предприятия).
5. По данным, предоставленным преподавателем, проведите оценку стоимости нематериальных активов гостиничного предприятия.

Требования к выполнению практического задания: изучение теоретического материала, изучение научных публикаций по теме. Задание выполняется в письменном виде и предоставляется на проверку ведущему преподавателю.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Содержание и методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства	
Тема 1.1. Сущность и содержание бизнес-планирования	Предмет и содержание бизнес-планирования, социально-экономическая сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.
Тема 1.2. Методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства	Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана. Структура проекта. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея проекта. Порядок проведения пред-проектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план). Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия.
Раздел 2. Анализ внутренней и внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства	

Тема 2.2. Анализ внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства	Общая характеристика предприятия: история развития предприятия, организационно-правовая форма, организационная структура, сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Экономический анализ деятельности предприятия. Анализ технико-экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, показатели использования основных фондов и оборотных средств, численность персонала, фонд оплаты труда, производительность труда. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы.
Тема 2.2. Анализ внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства	Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Процесс принятия решения о покупке. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классификация потребителей услуг индустрии гостеприимства. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование продуктов и услуг индустрии гостеприимства.
Раздел 3. **Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства и способы их ценообразование**	
Тема 3.1. Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства	Классификация продуктов и услуг индустрии гостеприимства. Общая характеристика продуктов и услуг индустрии гостеприимства. Жизненный цикл продуктов и услуг индустрии гостеприимства, основные этапы. Формирование товарной политики на предприятии индустрии гостеприимства. Сервис в системе товарной политики предприятия индустрии гостеприимства. Порядок разработки и выбора продукта или услуги. Инновационная деятельность. Представление характеристики продукции и услуг в бизнес-плане. Сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами. Характеристика функциональных и потребительских свойств основных и дополнительных товаров и услуг.

Тема 3.2. Ценовая политика в системе бизнес-планирования	Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в индустрии гостеприимства.
Раздел 4. Производственный, организационный и финансовый план	
Тема 4.1. Производственный и организационный планы организации сферы индустрии гостеприимства	Характеристика технологии производства продукции и услуг. Обоснование строительных решений при возведении объектов по плану. Оценка потребности в технологическом и оборудовании. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, производственных затратах. Организационная схема управления предприятием. План персонала, система подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала. Расчет потребности в затратах на оплату труда персонала. Организационный план управления проектом. Календарный график мероприятий по проекту. Инвестиционный план: потребность в финансировании, источники финансирования, условия и сроки финансирования, условия возврата инвестиций. Диаграмма GANT.
Тема 4.2. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	План прибылей и убытков. Выручка от реализации продуктов и услуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение. План движения денежных средств. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR). Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д**.**

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся;

углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме

дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Содержание и методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства

Тема 1.1. Сущность и содержание бизнес-планирования

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение понятия «бизнес-план».
2. Перечислите цели, задачи и функции бизнес-плана.
3. Опишите процесс подготовки к разработке и составлению бизнес-плана.
4. Каков порядок проведения предпроектных исследований?

Тема 1.2. Методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы основные способы разработки бизнес-плана?
2. Сколько этапов в разработке бизнес-плана?
3. Какие основные разделы должен содержать бизнес-план?

Раздел 2. Анализ внутренней и внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Тема 2.1. Анализ внутренней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Каково назначение маркетинговых исследований в системе бизнес-планирования?
2. Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.
3. Перечислите факторы формирования макросреды при разработке бизнес-плана.
4. Обоснуйте необходимость нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и местном уровнях.

Тема 2.2. Анализ внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Чем вызвана необходимость классификации предприятий сферы туризма и гостеприимства. Понятие «инфраструктура туризма».
2. В чем заключается сущность оценки конкурентной среды?
3. Каковы существенные особенности качественных и параметрических показателей конкурентной среды?
4. В чем заключается сущность оценки конкурентоспособности предприятия при разработке бизнес-плана предприятия туризма?
5. Каковы существенные особенности анализа потребителей продукции и услуг в бизнес-планировании?

Раздел 3. Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства и способы их ценообразование

Тема 3.1. Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключается сущность раздела бизнес-плана «Характеристика продукции и услуг»?
2. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.
3. Опишите методы ценообразования предприятий туризма.

Тема 3.2. Ценовая политика в системе бизнес-планирования

Вопросы для самоподготовки:

1. Что включает в себя ценовая политика?
2. Какие есть ценовые политики?
3. В чем заключается суть бизнес планирования?

Раздел 4. Производственный, организационный и финансовый план

Тема 4.1. Производственный и организационный планы организации сферы индустрии гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
2. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при планировании деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
3. Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий туризма.
4. Приведите пример организационного плана управления проектом.
5. Укажите принципиальные различия видов и форм оплаты труда персонала на предприятиях туризма.

Тема 4.2. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками

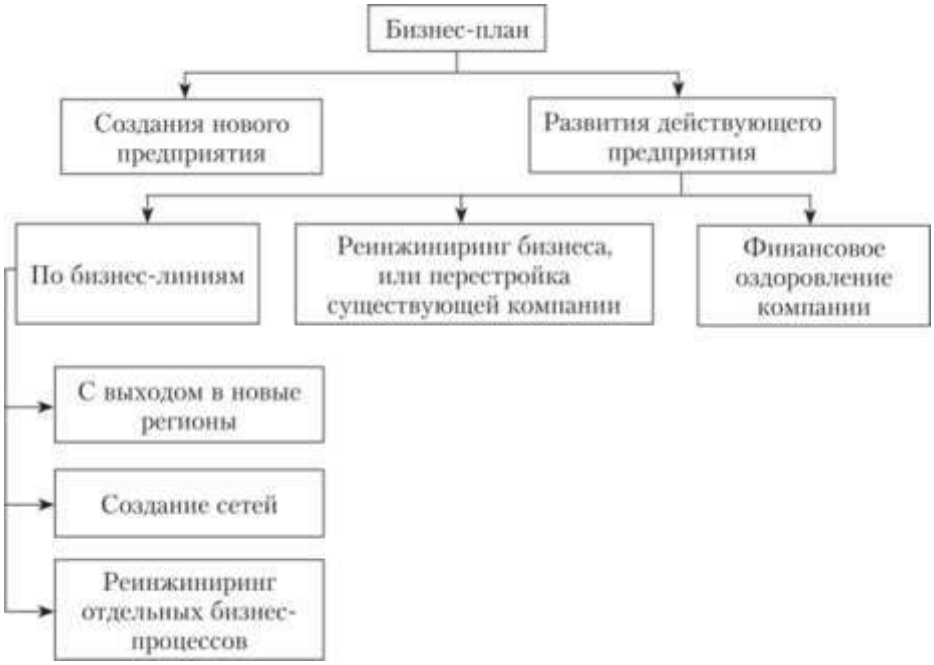
Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключаются особенности учетной политики туристского предприятия?
2. От чего зависит система налогообложения на предприятиях туризма?
3. Выделите составные элементы структуры и объема затрат при планировании прибылей и убытков.
4. Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке бизнес-плана предприятий туризма и гостеприимства.
5. Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?
6. Приведите пример потребностей и источников финансирования.
7. Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Содержание и методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства

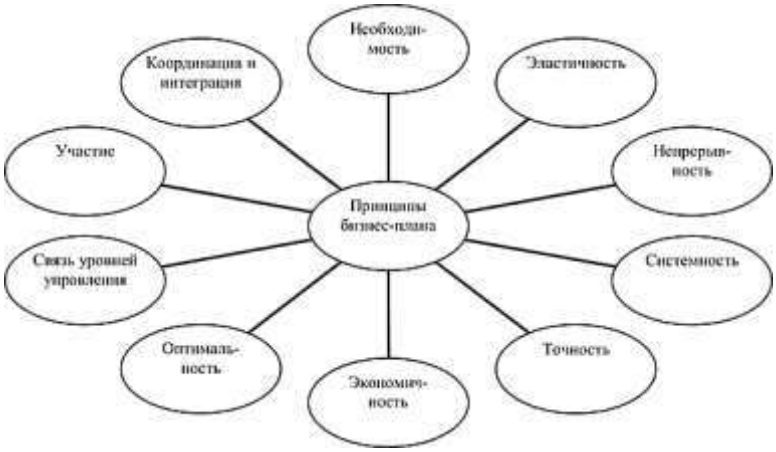
Тема 1.1. Сущность и содержание бизнес-планирования.



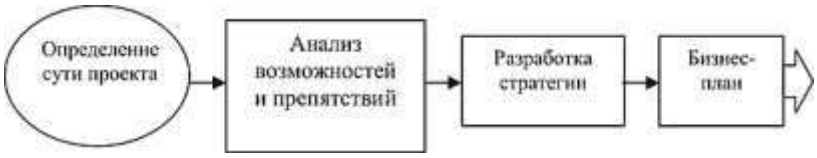
Источник: https://studme.org/206441/finansy/ponyatie_tseli_biznes_planirovaniya_tipovoe_soderzhanie_biznes_plana

Источник: https://studme.org/206441/finansy/ponyatie_tseli_biznes_planirovaniya_tipovoe_soderzhanie_biznes_plana

Тема 1.2. Методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства



Источник: https://studref.com/313023/turizm/biznes_planirovanie_servise_turizme



Источник: https://studref.com/313023/turizm/biznes_planirovanie_servise_turizme

Раздел 2. Анализ внутренней и внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Тема 2.1. Анализ внутренней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Рис. 7.1. Среда туристской организации

Источник: https://studfile.net/preview/9022817/page:22/

Источник: https://studref.com/620217/turizm/obschaya_shema_protsessa_strategicheskogo_analiza_organizatsiyah_turistskoy_industrii

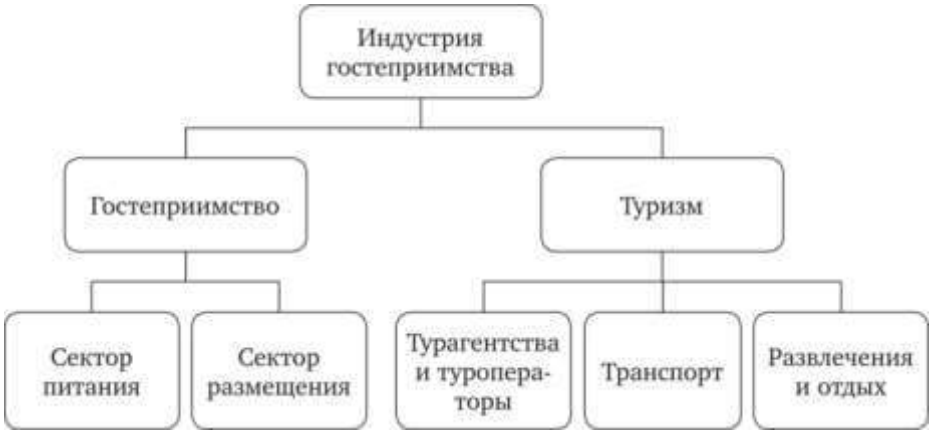
Тема 2.2. Анализ внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Источник: https://studme.org/115551/marketing/metody_rascheta_emkosti_rynka

Источник: http://powerbranding.ru/rynok/plan-analiza/

Раздел 3. Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства и способы их ценообразование

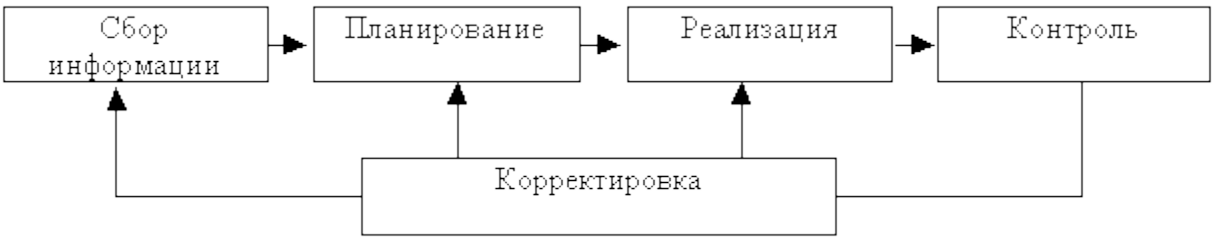
Тема 3.1. Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства



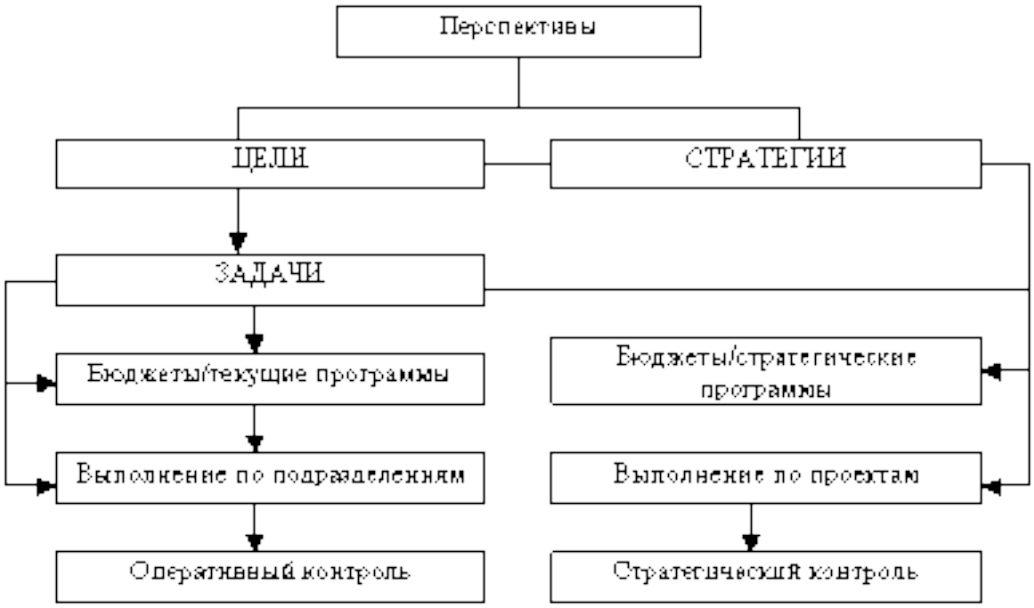
Источник: https://studme.org/358485/turizm/teoreticheskie_aspekty_organizatsii_gostinichnogo_dela

Источник: https://studme.org/358485/turizm/teoreticheskie_aspekty_organizatsii_gostinichnogo_dela

Тема 3.2. Ценовая политика в системе бизнес-планирования

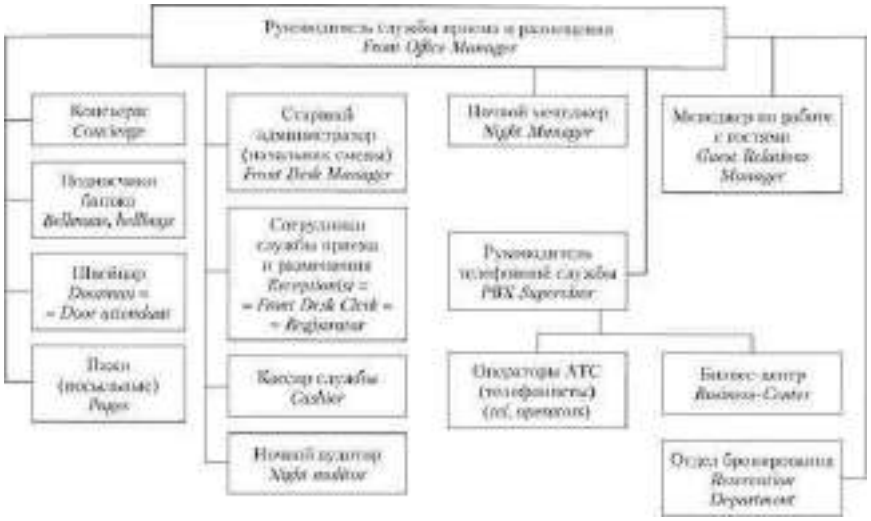


Источник: https://www.marketing.spb.ru/read/m14/1.htm



Источник: https://www.marketing.spb.ru/read/m14/1.htm

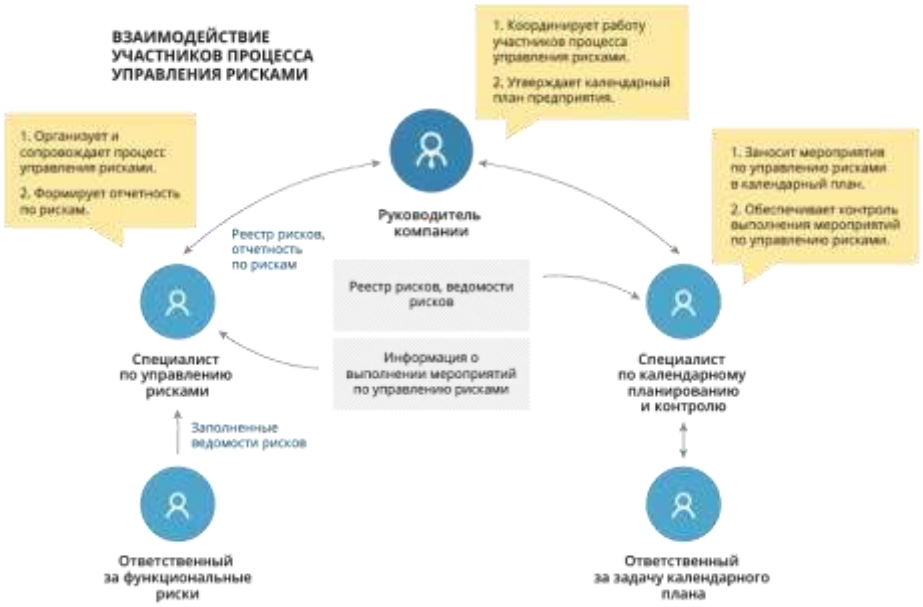
Раздел 4. Производственный, организационный и финансовый план
Тема 4.1. Производственный и организационный планы организации сферы индустрии гостеприимства



Источник:
https://studme.org/65702/turizm/printsipy_organizatsionnogo_postroeniya_vysokoklassnyh_gostinichnyh_predpriyatiy

Источник:
https://studme.org/65702/turizm/printsipy_organizatsionnogo_postroeniya_vysokoklassnyh_gostinichnyh_predpriyatiy

Тема 4.2. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками



Источник: https://pmpractice.ru/standarts/risks/

Источник: https://pmpractice.ru/standarts/risks/

Методические материалы по написанию курсовой работы

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста)**.

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Содержание (оглавление) должно включать в себя: Введение, Основную часть, Заключение, Список использованных источников и Приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы.

Введение должно содержать в себе:

- обоснование актуальности темы курсовой работы;
- изложение цели и задач курсовой работы;
- формулировку объекта и предмета исследования, проводимого в рамках курсовой работы;
- описание методов, применяемых в ходе исследования;
- краткое содержание глав и параграфов, входящих в курсовую работу.

Введение должно быть кратким и занимать 1–2 страницы.

Актуальность темы курсовой работы может быть обоснована через разъяснение её высокой теоретической значимости и практической полезности в контексте современного положения дел в исследуемой области.

Цель курсовой работы должна быть сформулирована кратко и отражать тот результат, которого обучающийся хочет добиться в процессе проводимого им исследования.

Ошибкой в данном случае будет указывать на средства достижения цели, как на саму цель, например: «…провести анализ…», «…исследовать…» и т. п.

Задачи, перечисляемые во *Введении,* должны обозначать те конкретные шаги, посредством которых автор работы намерен достигнуть сформулированной им цели курсовой работы.

В формулировках задач могут быть использованы такие слова, как: «исследовать», «упорядочить», «систематизировать», «раскрыть», «классифицировать», «обобщить», «проанализировать», «уточнить» и т. п.

Формулировка задач курсовой работы определяет содержание её глав и параграфов. Каждый параграф должен заключать в себе выполнение какой-либо из задач, перечисленных во *Введении*. При этом желательно, чтобы количество сформулированных задач соответствовало количеству параграфов. Результаты выполнения задач должны быть кратко описаны в *Заключении*.

Объект исследования – это его заданная область.

Предмет исследования находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему.

Основная часть курсовой работы должна быть разделена на две главы, каждая из которых должна быть разбита на параграфы, количеством не менее двух в каждой главе.

При этом необходимо стремиться к равномерному распределению объема материала между разными главами и внутри них – между параграфами.

Каждый компонент Основной части должен быть закончен в смысловом отношении, но в то же время входить в состав курсовой работы как её закономерная составляющая.

Желательно завершать изложение каждой главы формулировкой тех или иных выводов, которые будут связывать по смыслу данную главу со следующей главой.

Излагаемые в тексте курсовой работы теоретические положения тех или иных авторов должны сопровождаться соответствующими ссылками, цитатами, статистическими данными.

Основная часть курсовой работы должна демонстрировать читателю степень знакомства её автора с историей рассматриваемого вопроса, с современным состоянием научных исследований в данной области, с существующими на сегодняшний день эмпирическими данными и научными теориями по избранной проблеме. В ней также должны быть аргументированно и последовательно изложены результаты произведенного автором исследования, даны рекомендации по совершенствованию научных знаний в данной предметной области.

Выдвигаемые автором теоретические положения и выводы должны быть подкреплены данными из справочников, монографий, периодических научных изданий и других источников.

Если в работе используется цифровой материал, то его предпочтительно приводить в форме таблиц. Для наглядности могут быть использованы иллюстративные материалы, такие как рисунки в виде столбчатых и секторных диаграмм, графиков и т. п.

Заключение должно содержать в себе краткое изложение наиболее существенных результатов выполненного исследования. Эти результаты должны быть сформулированы как выводы, соответствующие цели и задачам исследования, описанным во Введении. Объем заключения должен составлять 1–2 страницы.

Список использованных источников должен содержать в себе названия и описание научных статей и публикаций в специальных изданиях (сборниках научных статей вузов, профессиональной периодике и т. п.), монографий, авторефератов диссертаций, статистики, учебников и учебных пособий, если нужно – законодательных и нормативных правовых актов и пр. (в зависимости от предмета исследования конкретной курсовой работы).

Источники в Списке использованных источников компонуются по разделам:

- Нормативно-правовые акты;
- Документы архивов;
- Справочные и статистические издания;

- Учебная литература;
- Научная литература;
- Периодические издания;
- Интернет-ресурсы и т. п.

При оформлении списка использованных источников указываются все основные сведения об издании: фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства и количество страниц. Для статей, опубликованных в периодических изданиях, необходимо указывать наименование издания, номер, год, а также занимаемые страницы.

Внутри разделов источники располагаются в алфавитном порядке: по алфавиту фамилий авторов или заглавий документов.

Количество источников в Списке использованных источников **не должно быть меньше 5 наименований**.

Оценивание курсовой работы

За выполнение курсовой работы начисляется максимум 100 рейтинговых баллов.

Балльно-рейтинговая система оценки курсовой работы (далее – БРСО курсовой работы) включает в себя три вида критериев оценки: формальный, содержательный и презентационный.

Рейтинговый балл за выполнение требований формального критерия складывается из рейтинговых баллов за соблюдение сроков сдачи работы, технической грамотности оформления, грамотности структурирования работы, наличие иллюстрирующего/ расчетного материала, использования современной, зарубежной литературы и др.

Рейтинг курсовой работы по формальному критерию составляет не более 30 рейтинговых баллов.

Рейтинговый балл за выполнение требований содержательного критерия складывается из рейтинговых баллов за актуальность темы, сбалансированность разделов работы, правильности формулировки целей и задач исследования, умения использовать методы, делать выводы, объем проанализированной информации, соответствие содержания заявленной теме, степень самостоятельности, наличие элементов исследовательской работы, практическую ценность результатов работы и др.

Рейтинг курсовой работы по содержательному критерию составляет не более 50 рейтинговых баллов.

Рейтинговый балл за выполнение требований презентационного критерия складывается из рейтинговых баллов за умение докладывать и защищать точку зрения, задействовать средства визуализации и мультимедийные технологии организации доклада и др.

Рейтинг курсовой работы по презентационному критерию составляет не более 20 рейтинговых баллов.

Конкретные показатели БРСО курсовой работы формируются выпускающей кафедрой и зависят от специфики курсовой работы.

Результаты оценки по формальному и содержательному критериям формируют текущий рейтинг обучающегося.

Результаты оценки по презентационному критерию формируют рубежный рейтинг обучающегося.

Устанавливается следующая градация перевода рейтинговых баллов обучающихся в систему аттестационных оценок:

Академический рейтинг обучающегося	Аттестационная оценка обучающегося по курсовой работе
85-100	Отлично
75-84	Хорошо
65-74	Удовлетворительно
00-64	Неудовлетворительно

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и

систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их

доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после

названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий

дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства**
2. **Раздел 1. Содержание и методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства**

3. Цели занятия.

Сформировать представление о системах бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предмет и содержание бизнес-планирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	социально-экономическая сущность бизнес-плана	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1.1 Сущность и содержание бизнес-планирования

Бизнес-планирование — это объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия и в то же время — необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуацией хозяйствования. Бизнес-планирование — это построение плана, способа будущих действий, определение экономического содержания и последовательных шагов, ведущих к намеченной цели.

Бизнес-планирование — это отдельный вид планирования, нацеленный в большинстве случаев на привлечение финансирования со стороны инвестора (финансово-кредитных учреждений, компаний, государства) для реализации проекта (программы), создания или развития новых направлений деятельности организации.

Бизнес-планирование является главной функцией управления любым предприятием.

На уровне предприятия осуществляется как стратегическое (долгосрочное) бизнес-планирование, так и текущее технико-экономическое планирование, а также оперативно-производственное планирование как детализация разработок текущих планов предприятия в целом, его крупных и малых производственных подразделений вплоть до рабочего места.

Бизнес-планирование выполняет как внутрифирменные, так и внешние функции. Перечень внутрифирменных функций и их содержание даны в табл. 3.1.

Таблица 3.1

Внутрифирменные функции бизнес-планирования

Функции	Содержание функций

1. Стратегическое планирование	Разработка стратегии развития организации, постановка целей деятельности, определение методов достижения поставленных целей
2. Прогнозирование	Прогнозирование результатов реализации проекта (финансовых, производственных показателей)
3. Организация и управление	Разработка организационной структуры управления, системы оплаты труда, системы контроля за результатами деятельности
4. Оценка деятельности организации	Анализ ресурсного потенциала организации, выявление и оценка резервов. Анализ финансового состояния организации

Как видно из табл. 3.1, внутрифирменные функции бизнес-планирования направлены на стратегическое планирование, прогнозирование деятельности предприятия, организацию им управления предприятием и оценку деятельности предприятия.

Перечень внешних функций бизнес-планирования и их содержание представлены в табл. 3.2.

Таблица 3.2

Внешние функции бизнес-планирования

Функции	Содержание
1. Анализ макросреды	Определение влияния экономических, политических, демографических, социально-культурных, научно- технических, природных факторов на деятельность организации
2. Анализ внешней микросреды	Оценка влияния потребителей, конкурентов, поставщиков, партнеров, контактных аудиторий на деятельность организации

3. Привлечение финансирования	Привлечение заемного капитала, государственных средств на безвозвратной основе, спонсорских средств, инвестиций со стороны частных лиц и организаций
Функции	Содержание
4. Расширение деловых контактов и сфер влияния	Проведение переговоров, РЛ-мероприятий: конференции или пресс-конференции, презентации, промоакции и др.

При учете внешних функций бизнес-планирования проводится анализ макросреды и внешней микросреды, обосновывается финансовых средств, а также намечаются мероприятия па расширение деловых контактов с партнерами и сфер влияния предприятия на рынке сбыта продукции, работ и услуг.

В процессе бизнес-планирования решают следующие задачи:

- выявления незаполненных ниш на рынке сбыта продукции, выполнения работ и оказания услуг;
- определения необходимых ресурсов для производства и продвижения продукции на рынке;
- определения потенциальной конкурентоспособности предприятия;
- установления потенциальной рентабельности и финансовой устойчивости предприятия или конкретного проекта;
- оценки рисков инвестиционных проектов;
- привлечения внимания и обеспечения поддержки со стороны потенциальных инвесторов.

Для успешной организации бизнес-планирования на предприятии должны быть учтены элементы планирования, которые тесно связаны между собой и составляют инфраструктуру процесса бизнес-планирования.

В систему бизнес-планирования входят следующие блоки: аналитический, информационный, организационно-управленческий и блок программно-технических устройств.

Аналитический блок процесса планирования. На предприятии должны быть соответствующие методические разработки, методы контроля и анализа исполнения процессов бизнес-планирования.

Информационный блок. Для того чтобы разрабатывать финансовые планы, нужна внутренняя и внешняя информации о деятельности предприятия. Основой информационного блока процесса бизнес-планирования являются:

1) экономическая информация (прогноз процентных ставок, прогноз темпов инфляции и т.д.);

2) учетная информация (информация бухгалтерского финансового учета: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, приложения к балансу и управленческого учета);

3) сообщения финансовых органов, информация учреждений банковской системы, информация товарных, валютных бирж и прочая финансовая информация;

4) нормативно-правовая информация: к этой информации относятся законы, указы Президента РФ, послания Правительства РФ, приказы и распоряжения отраслевых министерств, уставные документы, инструкции и др.

Организационно-управленческий блок. Процесс бизнес-планирования всегда реализуется через соответствующие организационную структуру и систему управления. Понятие организационной структуры включает в себя количество и функции служб аппарата управления, в чьи обязанности входят разработка, контроль и анализ бизнес-процессов на предприятии, совокупность структурных подразделений, которые ответственны за исполнение соответствующего процесса.

Блок программно-технических средств. В процессе финансового планирования и контроля происходит регистрация и обработка больших массивов информации.

Можно выделить следующие основные четыре стадии процесса бизнес-планирования на предприятии: 1) подготовительная; 2) разработки бизнес-плана; 3) продвижения бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности; 4) реализации бизнес-плана.

Ключевыми моментом *подготовительной стадии* бизнес-планирования является формирование перспективной бизнес-идеи. *Бизнес-идея* — это идея нового продукта или услуги, технического, организационного или экономического решения и др. Источниками новых идей может быть как внешняя, так и внутренняя информация, собираемая и анализируемая на предприятии:

- отзыв потребителей;
- продукция, выпускаемая конкурентами;
- мнение работников отдела маркетинга;
- публикации федерального правительства о патентах;
- проводимые научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Неотъемлемой частью бизнес-планирования является составление бизнес-плана.

Бизнес-план определяет финансовые затраты на создание фирмы, подробное описание всех этапов становления — от возникновения идеи до ее воплощения в жизнь, а также программу действий на будущее.

В настоящее время понятие бизнес-плана входит в общую систему планирования деятельности предприятия. Он стал играть существенную роль не только на этапе создания, но и в процессе функционирования предприятия, так как позволяет выявить сильные и слабые стороны деятельности компании и определить направления ее развития.

В менеджмент предприятий вошел термин «бизнес-нланироваиие», иод которым понимается процесс определения целей развития предприятия, выявление проблем и способов их решения, включая планирование всех аспектов деятельности предприятия: снабженческой, производственной, сбытовой, финансовой.

Бизнес-план может использоваться в различных ситуациях, при которых могут как привлекаться дополнительные финансовые средства, гак и более эффективно использоваться имеющиеся ресурсы:

- создается новое предприятие или меняется собственник, в связи с чем разрабатывается стратегия развития;
- предприятию требуется капитал для дальнейшего развития. В этом случае в качестве заемных средств могут быть использованы все виды кредитов банков, заемные средства других организаций, долевое участие в строительстве других предприятий;
- происходят значительные изменения в работе предприятия — реконструкция, покупка нового оборудования, переход на выпуск новой продукции и т.д.;
- существует необходимость оценки вероятности восстановления платежеспособности предприятия, находящегося в кризисном состоянии и сохранения его в качестве действующей бизнес-единицы без изменения направлений деятельности.

Существуют следующие разновидности бизнес-планов: инвестиционного проекта; создания нового предприятия; реструктуризации и финансового оздоровления предприятия; развития действующего предприятия; перепрофилирования деятельности предприятия.

Основными целями разработки бизнес-планов являются:

1) *привлечение капитала.* В этом случае бизнес-план рассылается потенциальным кредиторам и инвесторам с целью убедить их вложить свои средства в проект предприятия и доказать, что эти средства будут вовремя и полностью возвращены. Написанный с этой целью бизнес-план должен быть полным и отражать все аспекты деятельности предприятия. Особое внимание в бизнес-плане уделяется расчету и анализу финансовых показателей;

2) *повышение эффективности деятельности предприятия.* Этот план может использоваться внутри предприятия, чтобы убедить управленческую команду в жизнеспособности того или иного проекта. Основное его предназначение —

конкретизировать цели предприятия, показать, как их можно достичь и какую роль в достижении этих целей играет каждое подразделение предприятия;

3) *получение поддержки со стороны партнеров.* Здесь имеется в виду поддержка со стороны поставщиков, клиентов, покупателей. В этой ситуации другая сторона захочет оценить кредитоспособность и жизнеспособность предприятия, профессионализм ее управляющих. В этом случае составляется краткий бизнес-план, содержащий прошлые финансовые показатели предприятия и информацию о его истории, деятельности, основных заказчиках и поставщиках, видах выпускаемой продукции, выполняемых работах и оказываемых услугах.

В бизнес-плане решаются следующие конкретные задачи:

- приводится анализ исходных данных: объекта планирования, показателей состояния бизнеса и др.;
- расчет возможных потерь при организации деятельности нового предприятия;
- формирование проектного предложения создания нового бизнеса с анализом возможных вариантов развития;
- определяются формы и условия реализации проектного предложения.

Бизнес-план состоит из следующих разделов: титульный лист, резюме, анализ состояния отрасли и описание предприятия, сущность проекта, план маркетинга, план производства, финансовый план, стратегия развития предприятия, заключение и приложение. В бизнес-план, в зависимости от вида проекта, могут включаться и другие разделы, раскрывающие сущность и особенности предлагаемого проекта.

Бизнес-план начинается с титульного листа, на котором следует указать название организации, контактные данные, наименование проекта, время и место его разработки. Имена партнеров, если они есть, также следует указать.

В большинстве случаев бизнес-план включает резюме. Этот раздел содержит основные положения и финансовые показатели бизнес-плана и составляется на заключительном этапе бизнес-планирования. При ознакомлении с данным разделом инвестор решает, насколько интересен ему проект и следует ли продолжать изучение бизнес-плана.

Следующие разделы бизнес-плана тесно связаны между собой, они включают информацию о профиле деятельности компании и отрасли в целом, а также продукции, которую планируется выпускать. В данных разделах бизнес-плана подробно описывается формулировка бизнес-идеи, суть проекта, его цели и задачи.

В *плане маркетинга* должны быть приведены прогнозируемые объемы продаж но рынкам, на которых будет работать предприятие. Он состоит из нескольких частей.

На начальном этапе необходимо дать характеристику структуры рынка и показать, что спрос на продукцию, работу или услугу не удовлетворен. Нужно указать, существует ли на рынке данной продукции ниша, которую можно занять с помощью реализации проекта. Для этого

проводится оценка потенциальных конкурентов на рынке, крупных производителей аналогичной продукции и определение соответствие данной продукции запросам потребителей, таких как цена, ассортимент, дизайн, номенклатура продукции и др.

Не менее важна информация о потенциальных потребителях данной продукции, которая также позволит предприятию определить сегменты рынка для реализации предлагаемого проекта.

Проведенный анализ рынка позволит провести оценку потенциальной емкости выбранных сегментов рынка, определить количество продукции, которые покупатели могут приобрести за определенный промежуток времени (месяц, квартал, год) с учетом влияния различных факторов — сезонных, экономических, демографических социально-культурных.

В маркетинговом плане рассматриваются также вопросы, связанные с разработкой ценовой политики.

Рассмотрение вопросов сбыта продукции также включается в маркетинговый план. В этом случае определяются каналы сбыта продукции. В маркетинговый план часто включается программа продвижения продукции на рынке, а именно определение методов стимулирования сбыта, реклама, *PR* и др.

Важным разделом бизнес-плана является *производственный план.* Главная задача этого раздела — показать производственно-технические возможности предприятия по выпуску планируемой продукции, выполнению работ, услуг с надлежащим уровнем качества, в нужные сроки и необходимом количестве. Прежде всего необходимо показать, где будет изготавливаться продукция — на действующем или вновь создаваемом предприятии. При необходимости здесь конкретизируется вновь организуемый производственный процесс, рассчитываются необходимые производственные площади, оборудование, материальные ресурсы. Под выбранную технологию производства приводится список технологического оборудования, инструментов, приспособлений; здесь же можно перечислить места их вероятного приобретения и цену.

Для планируемого объема продукции, работ и услуг определяют необходимую производственную мощность предприятия. Если существующей мощности по производству продукции, выполнению работ и оказанию услуг недостаточно, то разрабатываются мероприятия по вводу новых мощностей или расширению действующих.

Кроме того, производственный план требует обоснования материального обеспечения проекта. В частности, необходимо определить, где, на каких условиях, по какой цене будут приобретаться сырье, материалы, комплектующие изделия и др. Завершать производственный план должна оценка возможного уровня издержек производства и их динамики в перспективе.

Для вновь организуемых либо реорганизуемых предприятий чрезвычайно важен организационно-правовой раздел производственного плана, поскольку именно в нем закладываются основные правовые аспекты функционирования предприятия, определяется организационно-правовая форма, состав учредителей, формирование уставного капитала, разрабатываются организационная структура управления, должностные инструкции, системы оплаты труда и контроля за результатами работы.

Финансовый план основывается на данных предыдущих разделов. Для разработки финансового плана необходимо рассчитать затраты на реализацию проекта, а также прогнозные затраты, связанные с функционированием предприятия, определить планируемый объем, работ и услуг. Для оценки окупаемости проекта и анализа прогнозной прибыли выполняются соответствующие расчеты по эффективности инвестиций в проект. Прогноз дается, по меньшей мере, на первые три года, причем данные за первый год обычно представляются по месяцам, за второй год — поквартально, а на третий год даются общей годовой суммой.

Финансовый план включает прогнозный баланс денежных расходов и поступлений (отчет о движении денежных средств), который позволяет определить общую сумму денежных средств по этапам реализации проекта. При разработке этого раздела оценивается взаимозависимость и последовательность как поступления денежных средств, так и их расходования денежных средств и привлечения недостающей денежной наличности.

На основе результатов расчетов в финансовом плане проводится оценка финансовых ресурсов, необходимых для реализации проекта, и учитываются имеющиеся ресурсы. Большое значение для инвестора имеют сроки окупаемости проекта, показатели его рентабельности.

В заключении бизнес-плана обобщаются выводы по каждому из его разделов. В отличие от аннотации, в заключении приводятся более подробные данные о предлагаемом проекте.

Среди приложений, наиболее часто встречающихся при разработке бизнес-планов, можно выделить копии лицензий, прайс-листы поставщиков ресурсов, прейскуранты на аналогичную продукцию других организаций и др.

Источник:
https://studme.org/193988/stroitelstvo/suschnost_biznes_planirovaniya_predpriyatii_funktsii_tseli_zadachi

Вопросы к обсуждению:

1. Сущность, цели и функции внутрифирменного планирования.
2. Стратегическое планирование на предприятии.
3. Система планов предприятия.
4. Методы планирования деятельности предприятия.

1.2. Методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства

Экономическая политика предприятия сферы сервиса представляет собой определение общей стратегии ее развития и формирование тактически подходов к достижению поставленных целей. Задачей экономической политик предприятия является разработка очень важных рыночным условиям планов ее деятельности.
В рыночной экономике внутри фирменное планирование рассматриваете как взаимосвязанная научная и практическая деятельность людей, направленная на выработку и принятие решение позволяющих обеспечить эффективно функционирование и развитие фирмы будущем.

Все планы, которые разрабатываются на предприятиях сферы сервиса, прежде всего можно охарактеризовать по их экономическому содержанию. Экономическое содержание предполагает объединение планов предприятия соответствующими группами показателей, характеризуется определенными объектами планирования. Так, по экономическому содержанию выделяют четыре группы планов: технико-экономические планы, оперативно-производственные (календарные) планы; бизнес-планы; инвестиционные проекты.
Бизнес-планирование является особым видом планирования. Бизнес-планы разрабатываются в случае создания нового предприятия сферы услуг; при обосновании заявок на кредиты; при выходе на новые рынки сбыта и т. п. По содержанию бизнес-план представляет собой документ, где в концентрированной форме отражены цели и задачи предприятия сферы сервиса, его конкурентные позиции на рынке товаров и услуг, объем предполагаемых финансовых и материальных ресурсов, намеченные маркетинговые мероприятия, основные аспекты организации деятельности по выполнению услуг, а также оценка предпринимательского риска.
Бизнес-план выступает как объективная оценка результатов рыночной деятельности компании и в то же время как необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В плане характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно сталкивается, и определяются пути и методы их решения. Отсюда бизнес-план выступает одновременно в качестве поисковой, научно-исследовательской и проектной работы.
Бизнес-план является основой управления не только конкретным коммерческим проектом, но и всем предприятием. Благодаря бизнес-плану у управляющего появляется возможность взглянуть на предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающий детальный анализ экономических и организационных вопросов, постоянно побуждает мобилизоваться.
Бизнес-план — многоплановый управленческий инструмент. Он предусматривает решение как стратегических, так и тактических задач независимо от его функциональной ориентации, в том числе организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка состояния предприятия; выявление потенциальных возможностей бизнеса, анализ сильных и слабых сторон; формирование инвестиционных целей на планируемый период.
В бизнес-плане обосновываются общие и специфические элементы функционирования предприятия в условиях рынка выбор стратегии и тактики конкуренции проводится оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия.
Бизнес-план обеспечивает объективное представление возможностях развития предприятия, способах продвижение товара (услуг) на рынок, ценах, возможной прибыли, основных финансово-экономических результатах деятельности предприятия, выявляет зоны опасностей, предлагает пути их ограничения. Подобный план используется независимо от сферы деятельности, масштабов, вида собственности, организационно-правовой формы компании. В нем находят свое решение как внутренние задачи, связанные с управлением предприятием так и внешние, обусловленные, в частности, взаимоотношениями с другими фирмами и организациями.
В современной экономической практике выделяется несколько функций бизнес-планирования:

- первая функция связана с возможностью использования бизнес-плана для разработки общей концепции, генеральной стратегии развития фирмы;
- вторая функция планирования дает возможность оценить и контролировать процесс развития основной деятельности предприятия;
- третья функция — привлечение денежных средств (ссуды, кредиты) со стороны;
- четвертая заключается в привлечении к реализации планов развития предприятия, осуществлению проектов потенциальных партнеров, которые могут вложить собственный капитал или технологию.

В практике планирования деятельности предприятий сферы услуг целесообразно выделить несколько типов бизнес-планов в зависимости от круга задач, которые должно решать предприятие.

1. ***Бизнес-план выхода на рынок нового предприятия сферы услуг,*** который необходим для планирования и прогнозирования деятельности предприятия, для определения целей его развития, для решения проблем, с которыми предприятие будет сталкиваться при реализации своих целей и определения путей их преодоления с наименьшими затратами. Бизнес-план позволяет убедиться, что организация нового предприятия целесообразна, и направлена на удовлетворение потребностей клиентов в качественных услугах и извлечение при этом прибыли.
1. ***Бизнес-план реализации нового продукта (услуги, работы, товара), нового вида деятельности*** необходим для того, чтобы предприниматель мог реально оценить достоинства нового вида услуги (проектируемого вида деятельности) по сравнению с аналогами, имеющимися на соответствующем рынке, предусмотреть все возможные "подводные камни", которые могут возникнуть при выполнении новых видов услуг; попытаться застраховать свой бизнес от возможных рисков.
3. ***Инвестиционный бизнес-план,*** который является инструментом для привлечения инвесторов. Он предусматривает строительство (освоение инвестиций), изменение технологии, все то, что связано с такой экономической категорией, как инвестиции (капитальные вложения). В инвестиционном плане должны быть максимально учтены главные интересы кредиторов — обеспечение возвратности кредита и своевременная уплата процентов за пользование им. Многие банки, инвестиционные структуры разработали соответствующие стандарты, формы инвестиционных бизнес-планов.
4. ***Бизнес-план финансового оздоровления,*** который составляется предприятием, находящимся в состоянии неплатежеспособности, и предполагает финансовое оздоровление предприятия обычно в период наблюдения или внешне! равления его имуществом. Этот бизнес-план проходит до но длительный и сложный период согласования с кредито с собственниками неплатежеспособного предприятия. По согласования, структура бизнес-плана и методика его сс ления разработаны и утверждены Федеральным управл< по делам о несостоятельности (банкротстве) предприятий

5. ***Бизнес-план заявки на кредит*** — разрабатывается для получения на конкурсной основе заемных средств, н мер, для пополнения оборотных средств предприятия ил реализации широкомасштабных проектов развития действующих производственных мощностей.

Остановимся более подробно на характеристике ***6v*** плана для вновь организуемых предприятий сферы услуг разработке такого плана необходимо учитывать ряд уело
Во-первых, бизнес-план должен быть профессионал поскольку по содержанию, степени проработанности льных разделов судят о компетенции предпринимателя.
Во-вторых, бизнес-план должен быть простым, пон* и доступным для пользователя.
В-третьих, он должен быть составлен таким образок бы любой инвестор, потенциальный партнер мог легко оты в плане интересующие его разделы, части, пункты. Для понятного и наглядного восприятия информации целесос но использовать таблицы, схемы, диаграммы, графики.
В-четвертых, следует заручиться объективной оц бизнес-плана, чтобы ни один потенциальный инвестор ил] тнер не обнаружил какие-либо ошибки в расчетах.
В-пятых, необходимо контролировать распростра бизнес-плана, так как он может содержать конфиденциа.; информацию о бизнесе предпринимателя или группы пре, нимателей.
Учитывая функции бизнес-планирования, требой предъявляемые к разработке, можно сформулировать с ные задачи, которые решает бизнес-план предприятия с услуг:

- обоснование экономической целесообразности направлений развития фирмы (стратегий, концепций, проектов);
- расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности;

- определение намечаемого источника финансирования реализации выбранной стратегии;
- подбор работников (команды), которые способны реализовать данный план.

Таким образом, в рыночных условиях бизнес-планирование становится важнейшим видом внутрифирменного планирования. ***Бизнес-план*** — это документ, представляющий собой результат комплексного исследования всех сторон деятельности предприятия сферы услуг. С помощью бизнес-планирования становится возможным получение необходимых инвестиций, оценка финансовых и социальных показателей, по которым предпринимателю можно достоверно судить о степени успешности собственного бизнеса. Разработка бизнес-плана заставит предпринимателя тщательно изучить каждый элемент его предполагаемого рискового занятия. Можно ожидать, что в ходе этого обнаружится множество слабых мест и пробелов, устранению которых придется уделить существенное внимание.

Источник: https://studfile.net/preview/9055826/

Вопросы к обсуждению:

1. Методы планирования хозяйственной деятельности предприятия.
2. Виды планов по срокам и продолжительности.
3. Основные статьи финансового плана.

1. **Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства**
2. **РАЗДЕЛ 2. Анализ внутренней и внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства**

3. Цели занятия.

Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общая характеристика предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2	Экономический анализ деятельности предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2.1 Анализ внутренней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Отправной точкой в разработке маркетинговой политики любой компании сферы туризма является анализ факторов внешней среды. Поэтому основная часть усилий по сбору информации посвящена изучению маркетинговой среды и ее составляющих.

Рассмотрим тенденции внешней среды маркетинга посредством *STEP- анализа*, т.е. анализа изменений социальных (social), технологических (technological), экономических (economic) и политических (political) факторов применительно к сфере туризма.

Среди *социальных факторов* важная роль отводится демографическим факторам.

Основная тенденция изменения в демографической среде — это старение населения. Она связана с падением рождаемости, с одной стороны, и увеличением средней продолжительности жизни, с другой.

К середине 1970-х гг. рождаемость понизилась, и, как ожидается в будущем, эта тенденция сохранится. Средняя продолжительность жизни в мире составляет 75 лет. По прогнозным оценкам наибольшее число лиц старше 65 лет будет приходиться на такие страны, как Италия, Великобритания и ФРГ.

По данным, приводимым Ф. Котлером, более 75% средств, получаемых туристской индустрией США, приходится на возрастную категорию лиц старше 65 лет. Наличие свободного времени, возможность путешествовать в течение всего года делают туристскую активность пожилых людей достаточно высокой.

По данным Евростата, около 47% пожилых людей принимают участие в туристских поездках как внутри страны, так и за границу: 2,4 поездки в год в пределах своей страны и 0,8 поездок в год за пределы своей страны. Осуществлять туристские поездки пожилым людям позволяют и их финансовые возможности. По оценкам Всемирной туристской организации, 45% лиц пожилого возраста имеют финансовые возможности для туристских поездок.

К сожалению, эта тенденция не распространяется на Россию. Здесь пожилые россияне наоборот остаются вне клиентского поля и крайне редко пользуются услугами сферы туризма.

Произошли изменения в идеалах и типах семьи. Все большее число людей не стремятся иметь семьи.

Увеличиваются социально-культурные факторы. Характерным для современного состояния социально-культурной среды является повышение образовательного уровня населения. Среди молодых людей в возрасте от 25 до 34 лет высшее образование имеют: в США — 24,2%, Японии — 22,9, Канаде — 16,1, Германии — 11,8, во Франции — 7,6%. Это значит, что потребитель становится более грамотным, более требовательным к качеству предоставляемых ему услуг сферы туризма.

Рассмотрим *технологические факторы.* Появление глобальных систем бронирования (GBS) позволило значительно сократить время на поиск необходимой информации, осуществления

бронирования туристских услуг и их подтверждения. На сегодняшний день существует четыре глобальные системы бронирования: Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre. Они используются более чем 800 тыс. туристских компаний по всему миру для бронирования туристических услуг, в том числе гостиничного размещения.

Первая GBS была создана еще в начале 1960-х гг. и широко использовалась в авиаиндустрии. Она отслеживала информацию о расписании перелетов, количестве свободных мест на рейсах и ценах. В 1970-х гг. туристские компании, тратившие огромное количество времени на оформление бронирований вручную, осознали удобство систем GBS и начали устанавливать внутренние системы бронирования авиаперелетов у себя в офисах. Используя GBS, агентства значительно сократили временные затраты, увеличили продуктивность и закономерным образом решили применить данную схему работы в других сегментах рынка туристских услуг.

Сегодня GBS повсеместно используется для бронирования не только авиабилетов, но и круизов, автомобилей, гостиниц. Сотни тысяч турагентств, подключенных к терминалам глобальных дистрибьюторских систем Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre, имеют возможность предоставлять своим клиентам полный спектр услуг по бронированию в режиме реального времени.

Появившиеся в начале 1990-х гг. интернет-системы бронирования (IDS), также известные как альтернативные системы бронирования (ADS), выступили в качестве альтернативы глобальным системам дистрибьюции (GDS).

В противовес GDS, доступ к которым имеют лишь агенты туристских компаний, ADS предоставляют услуги по бронированию туристских услуг частным клиентам. Заходя на любой из порталов ADS, клиент может самостоятельно выбрать нужную ему гостиницу и тип номера на определенные даты, забронировать размещение в режиме реального времени и получить моментальное подтверждение о бронировании на свой электронный ящик. На сегодняшний день существуют тысячи подобных сайтов, среди них: Booking.com, Ostrovok, Oktogo, Expedia.com, Orbitz.com, HRS.com, Travelocity.com, Hotels.com, Priceline.com и др.

Экономические факторы формируют тенденции в изменении доходов населения и в характере осуществляемых ими покупок. Реальный доход на душу населения имеет тенденцию к снижению, по мере того как инфляция, высокий уровень безработицы и увеличение налогового бремени уменьшают количество свободных денег. Но специалистам по маркетингу следует обращать больше внимания не на саму величину среднего дохода на душу населения, а на распределение доходов.

У людей по мере роста их дохода меняются покупательские предпочтения, о чем свидетельствуют законы Энгеля. Данные законы также называют «качественными схемами поведения». Согласно открытым законам по мере увеличения дохода экономических агентов общее потребление всех имеющихся благ будет расти, но в неодинаковых пропорциях.

Например, по мере увеличения дохода, расходы на продовольственные товары будут возрастать, но с параллельным переходом от менее качественных к более качественным продуктам питания. В общем объеме расходов доля продовольственных товаров будет уменьшаться при возрастании расходов на такие общественные блага, как путешествия, отдых, сбережения (рис. 8.2).

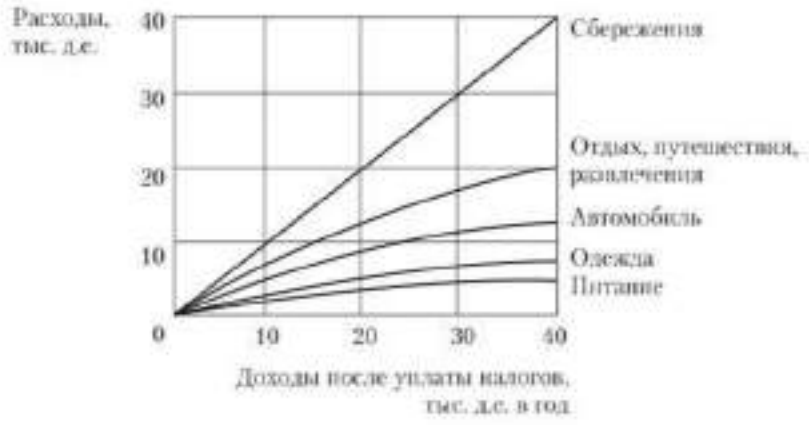


Рис. 8.2. Законы Э. Энгеля[1]

В развитых странах с высоким уровнем жизни населения доля расходов на продукты питания, как правило, низка и составляет 10—15% совокупных расходов семей. Остальные расходы осуществляются на досуг, путешествия, коммуникации, хорошую медицину и образование, технику и одежду и т.д.

В развитых с транах большая доля оборота предприятий сферы туризма приходится на средний класс. О России часто говорят, что у нас средний класс отсутствует. Распространенное представление об отсутствии в России среднего класса не вполне совместимо с фактами. В стране уже существует около 1 млн малых предприятий и 2,5 млн индивидуальных частных предпринимателей, которые вместе со своими семьями составляют 34—35 млн человек.

На рынке труда появилось также поколение, успевшее за время реформ обучиться востребованным рынком специальностям. Этих людей отличает инициативность и здоровый прагматизм. Открытая информационная среда помогла им научиться ориентироваться в принятых в мире стандартах потребления. Новая фигура представителя среднего класса стала заметной и на рынке туристских услуг России.

Экологические факторы оказывают существенное влияние на развитие сферы туризма. С одной стороны, загрязнение окружающей среды наносит ущерб туризму, ведь туристы избегают загрязненных районов, которых, к сожалению, становится все больше, и, как следствие, происходит снижение числа туристских прибытий в те или иные регионы. Но с другой стороны, нельзя не отметить тот факт, что, несмотря на свою социальногуманитарную роль, многие предприятия сферы туризма тем не менее видоизменяют экологию и часто сами наносят ущерб окружающей среде.

Загрязненность атмосферы, кислотные дожди, выхлопы газа практически выводят из строя известнейшие объекты туристского показа, многие из которых являются национально-культурным достоянием и интереснейшими историческими объектами туристского показа. Так, золотая крыша капеллы Сигизмунда (XVI в.) Вавельского собора в Кракове (Польша) растворилась под действием химикатов, лондонский собор Святого Павла «похудел» на 2,5 см, а древние здания греческих Афин пострадали за последние 25 лет больше, чем за почти два с половиной тысячелетия своего существования.

Есть и другая сторона, например, рост популярности отдыха на горнолыжных курортах вызвал к жизни практику создания гарантированного снегового покрытия, что достигается с помощью специальных снеговых пушек. Так, австрийский горнолыжный курорт *St. Antonam Arlberg,* имеющий систему из 34 таких пушек, не только несет большие финансовые расходы (больше 5 млн долл, ежегодно), но и причиняет немалый экологический ущерб.

Интенсивное посещение туристами уникальных термальных источников на Камчатке привело не только к изменению их водно-температурного баланса, но и к прекращению фонтанирования некоторых из них.

В связи с этим стратегия развития сферы туризма должна включать в себя механизм защиты окружающей природной и культурной среды.

Интересен зарубежный опыт по предотвращению загрязнения природной среды.
В штате Флорида (США) в 1988 г. был принят Закон о предотвращении загрязнения природной среды, который потребовал от предприятий индустрии туризма сократить к 1994 г. накопление мусора в курортной зоне на 30%. Механизм реализации этой проблемы был следующий: при закупке продуктов для ресторанов стали использовать большие контейнеры. Например, томатную пасту стали закупать в больших емкостях, что позволило уменьшить количество пустых банок среди мусора в год на 86 тыс.; уменьшение размеров бумажных салфеток на 25% дало возможность сократить бумажный мусор на 130 т в год.
Политические факторы характеризуются ростом числа законодательных актов и постановлений, регулирующих сферу туризма. Во многих странах мира, по данным ВТО более чем в 100, приняты законодательные акты, регулирующие развитие национальных туристских комплексов, предоставляющих различные услуги туристам.
В Испании закон, регламентирующий туристскую деятельность на общенациональном уровне, был принят в 1963 г. В 1965 г. он был дополнен декретом о частных туристских предприятиях. Наряду с этим каждая из 17 автономий страны имеет собственное законодательство по туризму, основные положения которого соответствуют общенациональному законодательству в сфере туризма и регулируют механизм предоставления услуг гостеприимства в стране.
Во Франции с 1975 г. действует закон, определявший условия организации и продажи туров. В 1992 г. был принят уже более совершенный закон о туризме, отражающий и регулирующий все основные элементы туристской деятельности.
В Италии закон, определяющий основные принципы работы сферы туризма и гостиничной индустрии, введен в действие в 1983 г.
В Бельгии деятельность предприятий индустрии туризма и гостеприимства на общенациональном уровне регулируется законом 1994 г. Он содержит основные требования к рекламе турпродукта, механизм разрешения споров и санкции в случае нарушения закона.
В США до недавнего времени действовал федеральный закон 1992 г. о политике в области туризма и развития экспорта. В 1996 г. был принят новый закон, который определяет основные направления развития национальной туристской индустрии, а также структуру и полномочия органов З'правления туризмом.
В Турции необходимые меры регулирования и развития сферы туризма и гостеприимства обеспечивает Закон о поддержке туризма 1982 г. Именно он дал возможность этой стране в кратчайшие сроки добиться столь стремительного вхождения в мировую индустрию туризма.
В России до 1994 г. сфера туризма развивалась в правовом вакууме. Одним из первых значимых документов в этой области был Указ Президента РФ от 25 апреля 1994 г. № 813 «О дополнительных мерах по развитию туризма в Российской Федерации и об упорядочении использования государственной собственности в сфере туризма». В Указе отмечалось, что одной из приоритетных задач государства должна быть признана необходимость всесторонней поддержки развития туризма в стране. Затем вышел Указ Президента РФ от 22 декабря 1995 г. № 1284 «О реорганизации развития туризма в Российской Федерации», одобривший «Концепцию реорганизации и развития туризма в Российской Федерации». 24 ноября 1996 г. вступил в силу Федеральный закон № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», который является базовым для развития сферы туризма в России.
Важно также провести анализ отрасли.
Первый этап — определение границ отрасли (количество участников, география продаж и т.д.). Географические границы отрасли определяются зонами основных продаж участников туристского рынка (город, регион, страна). Границы отрасли можно оценить рядом последовательных итераций с учетом конкретного продукта компании сферы туризма (например, для гостиниц уровня 5*: гостиничный рынок РФ в городах-миллионниках, гостиничный рынок Москвы, рынок гостиниц в ЦАО Москвы, гостиницы, принадлежащие международным гостиничным сетям, ведомственные гостиницы, независимые гостиницы).

На *втором этапе* происходит анализ движущих сил отрасли, которые в наибольшей степени влияют на расстановку сил в отрасли.

Третьим этапом анализа отрасли является выделение ключевых факторов успеха — показателей работы, характерных для компаний туристской отрасли. В условиях ресурсных ограничений знание КФУ отрасли позволяет компании сосредоточиться на улучшении показателей и получить выгодную конкурентную позицию.

Быть лучшим в отрасли по всем показателям практически невозможно. Компания должна соответствовать довольно ограниченному ряду показателей но КФУ. Для каждой отрасли сферы туризма (гостиничная, авиаотрасль, ресторанная и др.) существует свой набор КФУ.

Рассмотрим *основные факторы, определяющие уровень конкуренции в отрасли.*

Степень стандартизации туристского продукта, предлагаемого на рынке, действует в направлении обострения конкуренции. Когда каждый производитель туристского продукта делает предложения, предназначенные для одного сегмента рынка, конкуренция сводится к минимуму. И напротив, когда туроператорами выдвигаются предложения, например, по одинаковым направлениям, предназначенным в равной степени для большинства потребителей, конкуренция между ними высока.

Издержки переключения клиента с одного производителя туристского продукта на другого повышают уровень конкуренции в отрасли, если затраты времени на поиск тура, бронирование авиабилетов или гостиниц сводятся к минимуму вследствие значительных объемов предложения.

Повышение барьеров проникновения на рынок способствует снижению конкуренции, и наоборот. Это обусловлено потребностью в значительных инвестициях, необходимостью приобретения специальных знаний и квалификации и т.п. Например, отмена лицензирования турагентской деятельности с 1 января 2007 г. привела к появлению в туристской отрасли огромного количества непрофессионалов и мошенников, подрывающих репутацию бизнеса и одновременно усиливающих уровень конкуренции в отрасли.

Ситуация на смежных товарных рынках (например, рынках авиа- и железнодорожных билетов) оказывает значительное влияние на конкурентную борьбу. Высокий уровень конкуренции на смежных товарных рынках, как правило, ведет к обострению борьбы на данном рынке.

Привлекательность рынка данного продукта значительно определяет уровень конкуренции. Например, резкое расширение спроса на туристские поездки вызывает бурный приток конкурентов из других отраслей, например из банковской сферы.

Когда на рынке отрасли действуют сотни и более компаний, вести детальный анализ всех конкурентов не представляется возможным. Такая работа лишена практического смысла. Компании-лидеры, превосходящие рассматриваемую компанию по мощности, являются для нее скорее независимым фактором макросреды. Компании же, намного меньшие по масштабу, в отдельности не представляют интереса в отношении занимаемых ими долей рынка и учитываются в качестве общего фона.

В практике стратегического анализа принято оценивать возможности своей компании относительно конкурентов, близких по возможностям. Компании, примерно равные по мощности, схожие по поведению на рынке, составляют стратегическую группу и являются объектом анализа. Главным конкурентом считается компания, занимающая место на позицию выше анализируемой компании, и она рассматривается в качестве объекта для дальнейшего сравнения. Для этих двух компаний строится профиль конкурентных преимуществ/недостатков.

Результатом проведенной работы являются перечни сильных и слабых сторон оцениваемой компании и рекомендаций по улучшению или сохранению положения компании относительно основного конкурента. Проследить возможные сочетания сильных и слабых сторон компании в рыночной ситуации можно с помощью матрицы SWOT-анализа (рис. 8.3).

	Возможности 1. Выход на новые рынки. 2. Расширение производства. 3. ...	*Угрозы* 1. Появление новых конкурентов. 2. Замедление роста рынка. 3. ...
Сильные стороны 1. Имеется портфель проектов. 2. Современные технологии. 3. ...	Стратегии, использующие «силу» для реализации «возможностей»	Стратегии, использующие «силу» для устранения «угроз»
Слабые стороны 1. Нехватка оборотных средств. 2. Уход квалифицированных кадров. 3. ...	Стратегии, минимизирующие «слабость», используя «возможности»	Стратегии, минимизирующие «слабость» и угрозы

Рис. 8.3. **Матрица SWOT-анализа**

Таким образом, матрица SWOT-анализа служит информационной основой для перебора стратегических альтернатив. Основная цель маркетинга — максимальное удовлетворение потребностей клиентов.

Источник:

https://studme.org/170657/marketing/instrumenty_analiza_vneshney_vnutrenney_sredy_ispolzovanie_industrii_turizma

Вопросы к обсуждению:

1. Что можно рассматривать в качестве внутренней среды туристского (гостиничного) предприятия?
2. Перечислите и охарактеризуйте базовые внутренние переменные туристского (гостиничного) предприятия.
3. По каким направлениям анализируется внутренняя среда предприятия индустрии туризма и гостеприимства?

2.2. Анализ внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Ёмкость рынка — это потенциальный объём товаров или услуг, которые можно продать на конкретном рынке за определённый период. Например, компания «Джус» планирует выпускать соки и хочет выяснить, на какое количество и сумму продаж может рассчитывать в Центральном федеральном округе. Предположим, что в регионе живёт 39 млн человек, каждый из которых потребляет по 15 литров сока в год. Получается, что без учёта конкуренции потенциально за год можно продать 585 млн литров:

15 литров × 39 млн человек = 585 млн литров

А если учесть, что в европейских странах уровень потребления — 30 литров в год, то можно рассчитывать и на больший объём продаж.

Есть три ситуации, когда маркетологу компании нужен расчёт объёма и ёмкости рынка:

1. Понять, стоит ли бизнесу выходить на рынок.
Например, компания «Милка» производит только молочные продукты и решила выпускать смузи. Но это совсем другой продукт: по сырью, технологии производства и, возможно,

целевой аудитории. В такой ситуации маркетологу нужно понять, есть ли конкуренты, кто целевая аудитория нового продукта, какой потенциал роста, есть ли перспективы выходить на рынок.

2. Узнать, стоит ли запускать новое направление. Компания «Милка» производит только молоко и планирует расширять ассортимент — выпускать фруктовый творожок. В этом случае задача маркетолога — понять, какая доля рынка принадлежит конкурентам, есть ли у компании потенциал для роста.

Понять, как работать в условиях стагнации рынка. Компания «Пышка» производит хлеб и отмечает снижение спроса: покупатели отдают предпочтение хлебцам и другим альтернативным продуктам. В этой ситуации маркетологам важно проанализировать, как компании вести себя в таких условиях: продолжать выпускать хлеб, изменить ассортимент в сторону ЗОЖ-товаров или переориентировать производство на другие виды продукции, например готовую еду. Анализ объёма и ёмкости рынка поможет оценить потенциал и возможности для развития.

Без расчёта ёмкости рынка не получится запустить новый продукт или увеличить продажи уже существующего. Разобраться в основах можно на бесплатном курсе «Анализ и оценка рынка». Здесь студенты учатся использовать маркетинговые исследования, считать необходимые показатели и анализировать рынок разными методами.

Чем ёмкость рынка отличается от объёма рынка

Если ёмкость рынка — потенциальная величина, то объём рынка — это то, что уже производится и потребляется.

Например, по данным исследований, 87% населения России пользуется шампунями для волос. На 1 января 2023 года в стране живут 146,14 млн человек, значит, шампунь используют 127,14 млн:

146,14 млн человек × 87% = 127,14 млн человек

Теперь узнаем, сколько литров шампуня потребляет это количество человек. В среднем одного флакона объёмом 250 мл хватает на 1,5 месяца. Получается, что один человек использует 167 мл в месяц, или 2,004 литра в год:

250 мл / 1,5 мес. × 12 мес. = 2004 мл в год = 2,004 л в год

Значит, объём рынка составит:

2,004 л × 127,14 млн человек = 254,78 млн л в год

В чём измеряют ёмкость рынка

Есть три основных показателя, в которых считают потенциальную ёмкость рынка:

1. Численность аудитории

Это главный показатель, если маркетологу нужно оценить потенциал потребления продукта. Например, компания выпускает шампуни для волос и продаёт их только в пределах Центрального федерального округа. В этом случае потенциальная аудитория продукта — это все люди старше трёх лет, исключая лысых.

2. Натуральное выражение

Ёмкость рынка можно посчитать в штуках, литрах, килограммах или километрах — в зависимости от продукта. Например, кирпичи считают в условных единицах, пиво — в гектолитрах, кабель — в километрах, а хлебобулочные изделия — в штуках. Оценить ёмкость рынка в натуральном выражении важно для того, чтобы соотнести её с производственными и логистическими возможностями компании.

3. Денежное выражение

Такая оценка помогает спрогнозировать потенциальный объём выручки компании. Ёмкость рынка считают в той валюте, в которой продают или экспортируют: например, в рублях, долларах, юанях.

Важно оценивать ёмкость рынка в нескольких показателях: натуральном и денежном выражении. Это поможет правильно выстроить планы производства и продаж.

Виды ёмкости рынка

В маркетинге выделяют три вида ёмкости рынка: потенциальную, фактическую и доступную. Их можно измерить в потребителях, натуральном и денежном выражении.

TAM (от англ. Total Addressable Market) — это потенциальная итоговая ёмкость рынка, то есть все люди, которые теоретически могут потреблять продукт.

SAM (от англ. Serviceable Available Market) — это фактическая ёмкость рынка, то есть потребители, которым на самом деле нужен продукт и которые могут его купить. Поэтому фактическая ёмкость всегда меньше потенциальной. Снегоуборочные машины покупают люди с доходом выше среднего. Чтобы определить фактическую ёмкость, нужно умножить TAM на процент таких покупателей.

SAM показывает количество клиентов во всех регионах, где может потребоваться снегоуборочная машина. Но что, если компания работает на узком рынке — например, только в Центральном федеральном округе? Нужно спуститься ещё на уровень и оценить доступную ёмкость.

SOM (от англ. Serviceable Obtainable Market) — доступная ёмкость рынка, то есть реально доступный объём аудитории, которой нужен продукт и которая может его купить. Например, в месяц компания выпускает не больше 1000 снегоуборщиков и продаёт их только в регионах Центрального федерального округа. Чтобы узнать доступную ёмкость рынка, нужно SAM умножить на процент таких покупателей.

Источник: https://practicum.yandex.ru/blog/kak-rasschitat-emkost-rynka/

Вопросы к обсуждению:

1. Как сделать анализ емкости рынка?
2. Что лежит в основе расчета емкости рынка?
3. Какое исследование нужно провести для определения ёмкости рынка?

1. **Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства**
2. **РАЗДЕЛ 3. Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства и способы их ценообразование**

3. Цели занятия.

Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1	Классификация продуктов и услуг индустрии гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Общая характеристика продуктов и услуг индустрии гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

3.1. Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства

Популярным направлением инновационной деятельности для гостиничных предприятий является разработка новых видов услуг, т.е. продуктовые инновации. Но продуктовые инновации представляют собой не столько формирование нового гостиничного продукта, сколько его усовершенствование путём введения сопутствующих и дополнительных услуг. Маркетинговые исследования показывают, что для все большего числа гостей наличие хорошо оборудованного рабочего пространства является важным критерием при выборе гостиницы. Этот критерий является особенно важным не только для деловых путешественников, но и фрилансеров, которые могут работать из любой точки мира при наличии подключения к интернету. Многие игроки гостиничного рынка видят в коворкингах хорошее дополнение к основному виду деятельности. В качестве примера можно привести отель «НоЬо», который расположен в Стокгольме. Это заведение позиционируют себя не только как гостиницу, а как место для проведения встреч и переговоров, офис. Другой пример, отель «Schani Wien». Он удачно расположен напротив железнодорожного вокзала города Вены. В заведении все постояльцам предлагают бесплатный коворкинг прямо в вестибюле гостиницы. В качестве примера можно привести компанию «Accor Hotels». В конце 2018 года стало известно о сотрудничества этого известного гостиничного оператора и фирмы

«Nextdoor». Эта организация специализируется на создании коворкингов. В некоторых отелях сети путешественники могут воспользоваться специально оборудованными помещениями. Дизайн коворкингов продуман до мелочей. Учтены все возможные факторы, от качества освещения до акустики. Новая услуга рассчитана на деловых путешественников, предпринимателей и фрилансеров.

Очень многие гостиничные предприятия предлагают инновационные услуги в области досуга и развлечений. Известный лондонский отель Berkeley сумел предложить своим гостям новую услугу и одновременно найти применение простаивающим площадям. На зимний период крышу отеля с открытым плавательным бассейном и с террасами для отдыха переоборудовали в кинотеатр под открытым небом, оснащённый системой отопления. Для получения дополнительной прибыли отель продаёт билеты в кинотеатр также и для посетителей, не являющихся гостями отеля. Стоимость билета начинается от 50 фунтов. Таким образом, не только создана новая услуга, что даёт конкурентное преимущество, но также использована простаивающая площадь и получена дополнительная прибыль.

Сеть отелей «W Hotels» запускает новый проект «W Records» Раньше в отелях сети часто проводились вечера с живой музыкой в лаундж-барах «Living Room». Потом компания стала проводить музыкальные фестивали в своих гостиницах. В отелях всегда звучали мелодии, специально созданные для «W Hotels». Вполне логичным шагом стало создание нового проекта «W Records». Он позволит компании полностью контролировать процесс производства музыкальных композиций, от момента их создания до релиза и распространения. «W Hotels» планирует работать как с начинающими, так и известными исполнителями. Для записи композиции музыкантам предоставят одну из студий «W Sound Suite», которые есть в гостиницах «W Hollywood», «W Barcelona», «W Bali» или «W Seattle».

После завершения всех производственных работ, в компании планируют выпускать ограниченный тираж в 500 виниловых пластинок. Их будут рассылать лидерам мнений музыкального мира, а также некоторым участникам программ лояльности «SPG/Marriott Rewards». В качестве дополнительного бонуса каждый исполнитель сможет записать видеоклип и выступить перед гостями одного из отелей сети.

Новую услугу ввёл парижский отель Renaissance - оборудовали новый танцпол, все мероприятия на котором проходят в полной тишине, а для прослушивания музыки гостям выдают наушники. Таким образом, отель достиг сразу двух целей: введение необычной услуги, являющейся конкурентным преимуществом (участникам мероприятия предоставляется уникальная возможность - самостоятельно выбрать понравившиеся композиции и даже составить несколько плейлистов), а также выполнять законодательные нормы, предписывающие необходимость соблюдать тишину в установленный час, не лишая гостей развлекательных мероприятий.

В настоящее время технологические инновации в сфере гостеприимства направлены на максимальное внедрение информационных технологий в процесс предоставления услуг клиентам: здесь применяется автоматизация и упрощение бронирования, повышение безопасности проживания за счёт применения электронных охранных систем, предоставление новых услуг, основанных на современных информационных технологиях. Значительное место здесь занимает сеть Интернет- с помощью неё предприятия гостеприимства продвигают свои

услуги, используя собственные сайты или системы бронирования GDS и ADS. Также Интернет служит уникальным и дешёвым средством коммуникаций между различными предприятиями.

Источник: https://bstudy.net/769868/turizm/razrabotka_novyh_vidov_uslug

Вопросы к обсуждению:

1. В чем заключается сущность раздела бизнес-плана «Характеристика продукции и услуг»?

2. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.

3. Опишите методы ценообразования предприятий туризма.

3.2. Ценовая политика в системе бизнес-планирования

Цена представляет собой основной фактор долгосрочной рентабельности и формируется под воздействием большого числа *факторов* как внешней, так и внутренней среды предприятия. К внутренним факторам следует отнести, прежде всего, затраты производства и показатели стадии жизненного цикла продукции. А к внешним факторам дальней внешней среды (экономики, политика, общество в целом и параметры научно-технического прогресса), а к ближней внешней среде - влияние поставщиков, посредников, конкурентов и самих потребителей продукции.

Взаимосвязь цены и комплекса маркетинга проявляется во влиянии на цену и параметров самого товара, и системы организации продажи, и рекламы товара.

Другими словами, не только очевидная и дополнительная полезность товара повышает его цену, но и организация торговли в специализированных магазинах и повышение осведомленности покупателей об уровне цен через средства рекламы.

Под ценовой политикой понимаются общие цели, которые предприятие обирается достичь с помощью установления цен на свою продукцию, поэтому цены и ценообразование на товарных рынках являются одним из наиболее существенных элементов маркетингового комплекса.

Ценовая политика в маркетинге заключается в том, что предприятие устанавливает на свои изделия такие цен и так их изменяет в зависимости от ситуации на рынке, чтобы обеспечить достижение запланированных краткосрочных и долгосрочных целей.

Ценовая политика зависит от конъюнктуры рынка, а ценовой фактор является ключевым фактором конкурентоспособности.

В основе ценовой политики лежат четыре обстоятельства:

1. Необходимость проникновения на новый рынок (как возможность применения низких цен для привлечения внимания покупателя)

2. Получение максимально возможной прибыли на начальном этапе:

    - Политика высоких цен позволяет в дальнейшем произвести снижение цен и более глубоко проникнуть на рынок и расширить свой покупательский сегмент;
    - Высокие цены не стимулируют конкурентов на производство подобных изделий.

3. Применения гибкой ценовой политики для продажи целой группы однородных товаров;

4. Необходимо в короткий срок выручить деньги, вложенные в производство.

При разработке ценовой политики необходимо принимать во внимание следующие факторы:

- Какое место занимает среда среди средств конкурентной борьбы на каждом рынке, на которых действует предприятие?
- Какой метод расчета цены должен быть выбран?
- Может ли предприятие выдержать роль ценового лидера?
- Какой должна быть ценовая политика в отношении новых товаров?
- Как должна меняться цена на этапах жизненного цикла товара?
- Существуют ли органы, с которыми следует консультироваться при назначении цены?
- Есть ли ограничения на уровень цен. Прибыль и свободу изменения цен?

Влияние факторов

Влияние факторов на уровень установления цен различно. По степени их влияния они могут быть расположены следующим образом:

- Издержки производства;
- Цены конкурентов-производителей;
- Величина спроса;
- Транспортные издержки;
- Надбавки и скидки в пользу посредника;
- Реклама и другие способы стимулирования сбыта.

Активная политика предприятия в сфере ценообразования состоит в установлении цен на продукцию, выпускаемую предприятием, на основе рассмотрения следующих параметров:

- Цены, которые могут обеспечить реализацию продукции;

- Объемы реализации этой продукции;
- Объемы производства этой продукции, которые необходимы при таких объемах реализации;
- Средние затраты, которые соответствуют этим объемам производства;
- Рентабельность продукции к затратам и активам предприятия, которые могут быть достигнуты при избранных ценах и достигнутых объемах производства.

Уровень цен определяет возможный объем продаж, что *задает* объем производства и величину удельных затрат. При росте объемов производства, естественно, снижается сумма постоянных затрат, приходящихся на единицу продукции и величину средних затрат на выпуск продукции.

*Активная ценовая политика*_может быть признана успешной, если она позволяет улучшить позицию предприятия на рынке и увеличить чистую прибыль.

Ценовая политика должна вырабатываться *в соответствии с маркетинговой стратегией*, которая проявляется в следующем:

- Проникновении на новый рынок;
- Развитии рынка продукции, выпускаемой предприятием;
- Сегментации рынка продукции (выделении отдельных групп покупателей, различающихся требованиями к свойствам продукции и чувствительностью к уровню цены на продукцию);
- Разработке новых видов продукции или модификации уже существующей для завоевания новых рынков (например, удовлетворения особых требований).

Выбор производится из типовых стратегий:

Установление цен несколько выше, чем у конкурентов (стратегия «снятия сливок»); установление цен примерно на уровне цен конкурентов; установление цен несколько ниже, чем у конкурентов (стратегия ценового прорыва).

Первая стратегия устанавливается, если имеется сегмент рынка, в котором покупатели готовы платить за особые свойства продукции. При этом следует оценить:

- Может ли прирост объема продукции окупить потерю объема прибыли по сравнению с уровнем объема продаж, возможным при более низкой цене;
- Позволит ли продажа продукции создать рекламу предприятия, как предприятия, производящего высококачественную продукцию;
- Возможно ли за счет сокращения объемов продаж этой продукции освободиться от части используемого оборудования и сократить объемы запасов.

Вторая стратегия означает не только отказ от использования цен для увеличения занимаемого сектора рынка, но и не позволяет цене сокращать этот сектор. Роль цены как инструмента сведена к минимуму. Стратегия рациональна, если целей повышения прибыли можно добиться за счет неценовых инструментов.

Нейтральное ценообразование используется на рынке, если:

- Покупатели весьма чувствительны к уровню цены;
- Конкуренты жестко отвечают на любую попытку изменить сложившиеся пропорции продаж;
- Каждому предприятию на рынке необходимо поддерживать определенные соотношения цен в рамках ценового ряда (существующие одновременно соотношения цен на различные модели или модификации одной и той же продукции).

Третья стратегия направлена на получения большей массы прибыли за счет увеличения объема продаж или захвата рынка. Цена в данном случае низка по отношению к потребительским свойствам продукции, ее необходимости для покупателей или ценам конкурирующих видов продукции.

Стратегия успешна, если конкуренты по таким ценам не смогут ответить аналогичным снижением цен в следующих ситуациях:

- Когда предприятие, инициирующее снижение цен, обладает более эффективной технологией или дешевыми ресурсами;
- Когда предприятие только вступает на рынок и объемы его продаж еще малы;
- Когда покупатели на данном рынке особенно сильно реагируют на

снижение цен и в то же время нет доказательств их особой

приверженности к тем или иным маркам продукции.

При выполнении прогнозной оценки уровня цены нового

изделия следует не только определить сумму затрат на производство, но и то как она может измениться при изменении объемов продаж в зависимости от изменения политики ценообразования.

Практика установления цен проявляется в ориентации на затраты, спрос и конкурентов. Структура и направления

формирования цены приведены на рисунке 2.6.1.

Указанные направления дают возможность определить границы, в рамках которых принимается маркетинговое решение об

установлении цены: нижний предел цены определяется размером издержек, а верхний - спросом на рынке.

В зависимости от конкретной ситуации на рынке могут быть использованы различные методы ценообразования. Структурная схема методов ценообразования приведена на рисунке 2.6.2.

Скидка оправданный инструмент ценовой политики. Причины предоставления скидок представлены в таблице 2.6.5.

Ошибки, допускаемые российскими предприятиями:

- Ценообразование излишне ориентировано на издержки;
- Цены недостаточно часто приспосабливают к изменению рыночных условий;
- Цены рассматриваются в отрыве от других элементов системы маркетинга;
- Цены не достаточно структурируются по отдельным вариантам продукта и сегментам рынка.
- Взаимовлияние конкурентов (понижение и повышение цен)

Рис. 2.6.1. **Направления формирования цены в зависимости от**

ориентации предприятия

? Тип рынка (чистой кон

куренции; гомогенной олигополии; гетерогенной олигополии; монополистической

конкуренции; монополия): чем выше степень монополизации, тем больше «затратная» соответствует рыночной

- полезность, ощущаемая как ценность товара (в том числе по сравнению с аналогами и заменителями)
- чувствительность к цене (изменение объема продаж в результате изменения цены на 1%)
- Предельная цена (предельная цена=прямые издержки)
- Цена безубыточности, обеспечивающая покрытие всех затрат
- Целевая цена (цена безубыточности + маржа)

При анализе ценовой политики предприятия необходимо получить ответы на следующие вопросы:

1. Какие факторы оказываются наиболее важными при определении цены на товар при разной структуре рынка?

2. Насколько цены отражают издержки вашего предприятия, конкурентоспособность товара, спрос на него?

3. Какова вероятная реакция покупателей на повышение (понижение) цены?

4. Как оценивают покупатели уровень цен на продукцию вашего предприятия?

5. Используется ли предприятием политика стимулирования цен (стандартных цен)?

6. Как действует предприятие, когда конкуренты изменяют цены?

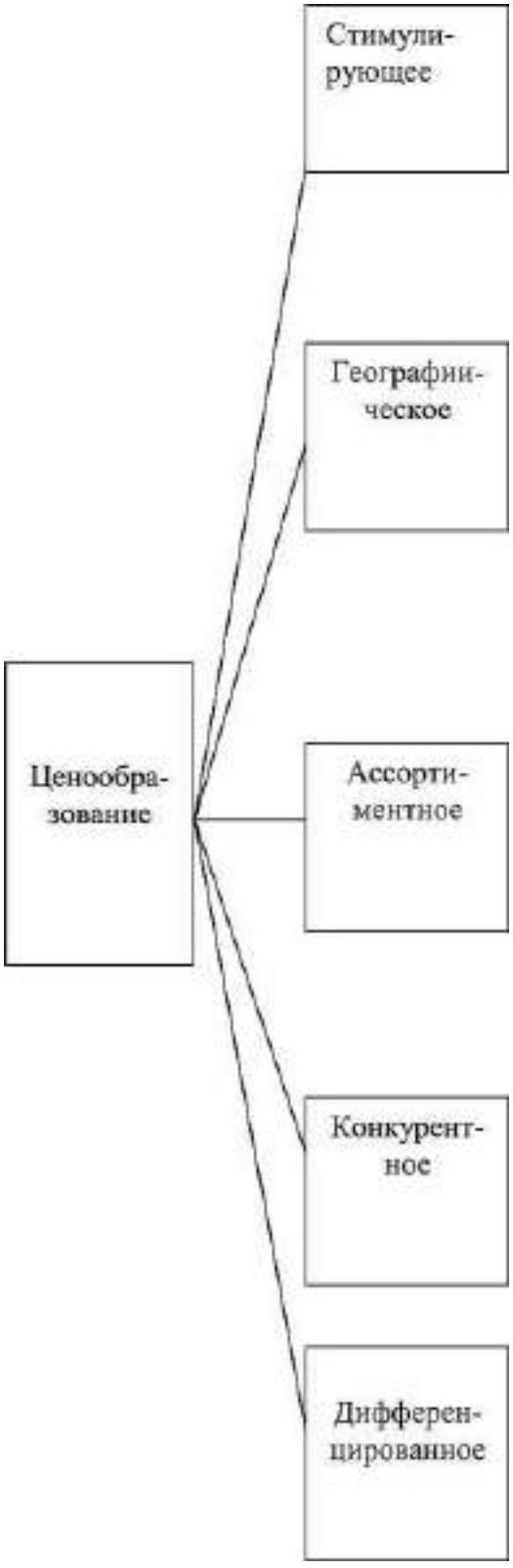
7. Известны ли цены на товары вашего предприятия потенциальным покупателям?

8. Как относятся покупатели к единым и гибким ценам?

9. Как относятся покупатели к взаимосвязи цены и качества?

10. Как относятся покупатели к ценам ниже себестоимости?

11. Как относятся покупатели к установлению минимальных цен?



- Бонусные скидки (постоянным клиентам)
- Скидки за оплату наличными
- Скидки за количество покупаемого товара
- Сезонные скидки (за внесезонные покупки)

- Функциональные скидки (хранение, ведение учета)
- Зачеты (сдача старой вещи в счет оплаты приобретаемого товара)
- EXW - «франко-завод» (товар передается покупателю на территории изготовителя)
- FOB - «свободно на борту» (продавец отвечает за погрузку)
- FAS - «свободно вдоль судна» (продавец доставляет товары на пристань и несет все расходы до момента погрузки)
- CIF - «цена, страхование, фрахт» (продавец оплачивает транспортные издержки и страхует товары до порта назначения)
- ценовые линии (диапазон цен в рамках товарного ассортимента)
- цена выше номинала (широкий круг дополнительных товаров к базовому)
- цена с приманкой (основной товар по доступной цене и по повышенной цене дополнительные товары)
- цена за комплект (более низкие цены на основной продукт за счет реализации побочного)
- цена на сопутствующие товары (наценки на обязательные сопутствующие товары)
- неокругленные цены (создают

впечатление тщательного расчета цены)

- ценовые войны (повышение и понижение цен)
- цены снятия сливок (как начальные на модные или престижные товары)
- цены проникновения (как барьер для возможного проникновения конкурентов)
- цены по кривой освоения (между ценами снятия сливок и проникновения)
- по месту нахождения покупателей на различной территории
- по времени (года, суток)
- по контингенту потребителей (молодежь, пенсионеры)
- по количеству продаваемой продукции в одной партии

Рис. 2.6.2. **Структурная схема методов ценообразования**

12. Как относятся покупатели к приспособлению цен к конкуренции?
13. Как влияют на цены поставщики ресурсов?

14. Анализируются ли цены и товары конкурентов?

15. Какие ценовые политики используют конкуренты?

Причины предоставления скидок

Таблица 2.6.5

Вид скидки	Причина предоставления
Вводная скидка	Рекламное содействие вводу товара на рынок
Скидка по количеству	Снижение издержек вследствие возрастающего сбыта
Скидка на товар, снимаемый с производства	Облегчение перспективного планирования
Скидка с совокупного оборота	Завоевание постоянных клиентов
Дифференцированные скидки	Стимулирование больших объемов заказов
Декоративная скидка	Содействие рекламе
Сезонные скидки	Снижение издержек по хранению
Скидки при платеже наличными или авансом	Ускорение платежей

Источник: https://studref.com/305846/ekonomika/analiz_tsenovoy_politiki_predpriyatiya

Вопросы к обсуждению:

1. Какие факторы оказываются наиболее важными при определении цены на товар при разной структуре рынка?

2. Насколько цены отражают издержки вашего предприятия, конкурентоспособность товара, спрос на него?

3. Какова вероятная реакция покупателей на повышение (понижение) цены?

1. **Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства**
2. **Раздел 4. Производственный, организационный и финансовый план**

3. Цели занятия.

Характеристика технологии производства продукции и услуг. Обоснование строительных решений при возведении объектов по плану. Оценка потребности в технологическом и оборудовании. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, производственных затратах.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность сбытовой деятельности предприятий индустрии гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Каналы распространения товаров и услуг, уровни каналов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

4.1. Производственный и организационный планы организации сферы индустрии гостеприимства

Бизнес-план представляет собой формирование концепции нового предприятия, его реконструкции или развития. Фактически это полное ТЭО новой идеи развития бизнеса.

По содержанию бизнес-план — это документ, где в концентрированной форме отражены цели, задачи предприятия, его конкурентные позиции, объем предполагаемых финансовых и материальных ресурсов, совокупность маркетинговых мероприятий, основные аспекты организации деятельности, оценка рисков.

В рыночной экономике на каждом предприятии при его создании либо на переломных рубежах развития (расширение, выход на новые рынки, приватизация, привлечение крупных инвестиций и т. и.) разрабатываются стратегические планы деятельности — бизнес-планы.

В бизнес-плане должны быть отражены все аспекты предполагаемой деятельности предприятия в течение определенного периода, как правило, одного года, и укрупненно — на два-три следующих года без детализации с характеристикой основных направлений деятельности и важнейших результатов.

Цель разработки бизнес-плана — подтвердить с помощью конкретных расчетов и анализа эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Сущность бизнес-плана — разработать и представить крупноблочную финансово-экономическую модель развития бизнеса, которая позволит смоделировать проект открытия предприятия (гостиницы, турфирмы, кофейни и пр.) и рассчитать его эффективность. Бизнес-план является идеальным инструментом для развития сетевого бизнеса на основе проектирования типового предприятия как эффективной бизнес-единицы с последующим тиражированием. Ярким примером являются сети фаст-фуд («Ёлки-палки», «Крошка-картошка», «Пироги из печи» и пр.).

Разрабатываемый краткий бизнес-план поможет сформировать объективное видение ситуации на рынке, представить основные затратные стороны проекта, оценить эффективность открытия типовой бизнес-единицы в разных регионах России.

Основные виды бизнес-плана:

при формировании бизнес-плана важно понимать, что бизнес может находиться на разных стадиях развития: внедрение, рост, зрелость, спад. Именно этот факт предполагает выделение ключевых типов бизнес-плана:

- бизнес-план нового предприятия;

- бизнес-план развития предприятия;
- бизнес-план реконструкции предприятия.

Бизнес-план включает следующие *разделы***:**

1) резюме;

2) характеристика предприятия, продукта, услуги;

3) анализ рынка сбыта и основных конкурентов;

4) план маркетинговой деятельности, стратегия маркетинга;

5) производственный план;

6) организационный план;

7) финансовый план;

8) план по рискам, оценка риска и страхование.

В целом структура бизнес-плана является типовой, но могут быть некоторые различия в зависимости от вида бизнес-плана (например, наличие правового раздела в бизнес-плане нового предприятия) .

Несмотря на то, что бизнес-план представляет собой структурированный документ, в его основе изначально закладывается какая- либо оригинальная, креативная идея, способная создать новый бизнес или оживить уже существующий.

Бизнес-планирование как инструмент развития бизнеса рассмотрен в приложении 9.2.

Ключевым элементом при составлении бизнес-плана является определение «точки безубыточности», так как она показывает, когда разность между доходами от проекта и затратами равна нулю. Именно с этого момента бизнес начинает приносить прибыль, что особенно важно зафиксировать для инвесторов, вложивших в него свои финансовые средства с целью получить часть прибыли.

Содержание основных разделов бизнес-плана приведено в методических рекомендациях (приложение 9.3).

При составлении бизнес-планов предприятий сферы туризма следует учитывать специфические особенности этого бизнеса. Например, для гостиничных предприятий наиболее важными критериями являются следующие:

- местоположение;
- характеристика номерного фонда, сферы общественного питания и дополнительных услуг;

- технико-экономические показатели гостиницы;
- инфраструктура района, наличие объектов сателлитов (близко расположенных офисных зданий, транспортных узлов, культурноразвлекательных и спортивных объектов, парков и др.);
- управленческий персонал, особенности менеджмента, система взаимоотношений с управляющей компанией;
- состояние текущей загрузки гостиницы, гостиничная клиентура, ценовая политика;
- структура капитальных и операционных затрат гостиницы (в редакции бизнес-плана это постоянные и переменные затраты);
- фактор сезонности, степень деловой активности, событийный календарь;
- уровень конкуренции в отрасли;
- возможности в предложении прогрессивных услуг (интерактивные системы, видеоконференции и др.).

При организации турагентства важен следующий ряд параметров:

- офис площадью 25 м^2, имеющий хорошую транспортную или шаговую доступность с грамотным зонированием внутреннего пространства и обязательными средствами коммуникации: Интернет, телефон, факс. Интерьерное решение офиса зависит от потребностей основных клиентурных групп, на которые ориентируется компания;
- оборудование — набор офисной техники: компьютеры, сканер, копировальный аппарат, телефон/факс, кассовый аппарат;
- персонал — 3—5 чел.;
- программное обеспечение — программа «Мастер-тур», «1С: Бухгалтерия»;
- стартовый капитал — от 500 тыс. руб.;
- доход зависит от фактора сезонности (средний доход в месяц от 150 до 450 тыс. руб.);
- рентабельность зависит от комиссионных туроператора (в среднем 10—20 %).

Источник: https://studme.org/405747/turizm/biznes_plan_turistskoy_organizatsii_osnova_uspeshnogo_razvitiya_biznesa

Вопросы к обсуждению:

1. Методы планирования хозяйственной деятельности предприятия.

2. Виды планов по срокам и продолжительности.

3. Основные статьи финансового плана.

4.2. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками

Финансовый план обязательно должен содержать планируемый график выполнения (календарный план) работ в рамках проекта. В разделе должны присутствовать следующие документы:

1) прогноз объемов реализации;

2) план движения денежных средств ("кэш-фло"), который показывает, есть ли (или будет) у компании наличность, чтобы платить по счетам;

3) план прибылей и убытков (этот документ показывает, как будет формироваться и изменяться прибыль);

4) прогнозные балансы предприятия;

5) расчет и график достижения безубыточности (показывает уровень продаж, необходимый для покрытия затрат при данном масштабе производства).

Оценка рисков и страхование

Оценка рисков представляет собой один из наиболее сложных и наименее точных элементов финансового анализа. Требуется как можно точнее определить все непредвиденные обстоятельства, которые могут возникнуть в будущем.

Программа управления рисками должна быть выработана на основе исследования особенностей бизнеса и тонкостей рынка страховых услуг.

Анализ чувствительности проекта

Целью анализа чувствительности является определение степени влияния различных факторов на финансовый результат проекта. В качестве интегральных показателей, характеризующих финансовый результат проекта, обычно используются:

– индекс прибыльности (*PI*);

– чистая приведенная величина дохода *(NPV);*

– срок окупаемости проекта (*PBP*).

Индекс прибыльности (PI) рассчитывается но формуле

где *CF*t – чистый денежный поток (состоит обычно из суммы чистой прибыли и амортизационных отчислений); *t* – порядковый номер года проекта; Г – экономический срок жизни инвестиций; *r* – ставка дисконтирования (устанавливается экспертным путем исходя из экономической обстановки в регионе и характеризует такой уровень прибыльности инвестиций, который выгоден в настоящий момент); С0 – сумма первоначальных инвестиций по проекту.

истая приведенная величина дохода (NPV) рассчитывается по формуле

(9.3)

(9.4)

Срок окупаемости проекта (*PBP*) рассчитывается двумя способами.

1. Сумма первоначальных инвестиций делится на величину среднегодовых денежных поступлений. Применяется, когда денежные поступления примерно равны но годам:

PBP = I0/*PV*; (9.5)

где *I*0 – первоначальные инвестиции; *PV* – среднегодовые денежные поступления от проекта.

2. Из суммы первоначальных инвестиций нарастающим итогом вычитают денежные поступления до тех пор, пока их разница не станет равной нулю. Соответственно данный период и является сроком окупаемости инвестиций.

Факторы, варьируемые в процессе анализа чувствительности, можно разделить на две группы: факторы, влияющие на объем поступлений; факторы, влияющие на объем затрат.

Как правило, в качестве варьируемых факторов принимаются следующие: физический объем продаж как следствие емкости рынка, доли предприятия на рынке, потенциала роста рыночного спроса; продажная цена и тенденции ее изменений; переменные издержки и тенденции их изменений; постоянные издержки и тенденции их изменений; требуемый объем инвестиций.

Источник: https://studme.org/65052/ekonomika/finansovyy_plan

Вопросы к обсуждению:

1. Какие могут быть финансовые риски?
2. Какие выгоды дает применение Управление рисками?
3. Как оценить финансовые риски?

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства**
2. **Раздел 1. Содержание и методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства**

3. Цели занятия.

Сформировать представление о системах бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предмет и содержание бизнес-планирования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	социально-экономическая сущность бизнес-плана	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: Сущность и содержание бизнес-планирования

Форма практического задания: доклады, кейс-задание.

Темы докладов:

1. Введение в бизнес-планирование. Предмет и задачи курса.
2. Этапы и виды планирования.
3. Методы планирования.
4. Система показателей планирования.
5. Система планов. Преимущества плановой деятельности.
6. Роль стратегического планирования. Характеристика факторов в стратегическом

планировании. Стратегия и тактика. Базовые стратегии.

Кейс-задание:
Определите суть предлагаемого проекта (профиль компании,
продукты и услуги). Разработайте бизнес-идею проекта. Определите порядок проведения предпроектных исследований.

Тема практического занятия. Методика разработки бизнес-плана организации сферы индустрии гостеприимства.

Форма практического задания: доклады.

Темы докладов:

1. Цель разработки бизнес-плана. Информационная база бизнес-планирования.
2. Подходы к составлению бизнес-плана.
3. Анализ внутренней и внешней среды.
4. Функции бизнес-плана.
5. Структура бизнес-плана.
6. Требования к разработке бизнес-плана.
7. Этапы бизнес-планирования.

1. **Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства**
2. **РАЗДЕЛ 2. Анализ внутренней и внешней среды организации сферы индустрии гостеприимства**

3. Цели занятия.

Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общая характеристика предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Экономический анализ деятельности предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Анализ внутренней среды организации сферы индустрии гостеприимства

Форма практического задания: кейс-задание.

Кейс-задание 1:

Проведите анализ внутренней среды предприятия. В этом разделе должны быть представлены:
1. История развития предприятия. Кредитная история.
2. Организационно-правовая форма. Организационная структура.
3. Сфера деятельности, основные продукты и услуги.
4. Технико-экономические показатели, анализ финансовой деятельности.
5. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы.

Кейс-задание 2:

Для формирования таблицы сильных и слабых сторон внутренней среды организации в рамках СВОТ-анализа подготовьте информацию, характеризующую деятельность организации туризма (и/или гостеприимства).

Тема практического занятия: Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей продуктов и услуг организации сферы индустрии гостеприимства

Форма практического задания: кейс-задание.

Кейс-задание 1.

Проведите анализ отрасли. Оцените общую структуру спроса.

Определите факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса.

Кейс-задание 2.

Для проведения «мозгового штурма» с целью выбора направлений, приоритетных для отрасли

туризма и индустрии гостеприимства следует подготовить следующую информацию:

1. Ознакомьтесь со стратегией развития края, области или республики.
2. Перечислите факторы, оказывающие влияние на деятельность организаций туризма и гостеприимства, и в рамках ПЭСТ-анализа сгруппируйте из них сектора: политический, экономический, социальный, технологический, экологический

Кейс-задание 3.

Используя результаты анкетного опроса потребителей услуг туризма и индустрии гостеприимства, проведите сегментацию рынка, проанализируйте потребителей продуктов и услуг, предлагаемых в ходе реализации проекта. Результаты анализа оформите в таблицу (тип потребителя, уровень дохода, статус пользователя. т.д. и т.п.).

Кейс-задание 4.

Проведите анализ продукции и услуг на целевом рынке. Результаты анализа оформите в таблицу (характеристики продукции, конкурентные преимущества).

Тема практического занятия: Исследование конкурентной среды

Форма практического задания: кейс-задание.

Кейс-задание.

Проведите анализ конкурентной среды туристского предприятия (предприятия гостеприимства).

Определите основных конкурентов по сегментам деятельности, определите их сильные и слабые стороны (достоинства и недостатки), представьте сравнительный анализ по основным факторам конкуренции. Результаты анализа оформите в таблицу (конкуренты, достоинства и недостатки).

Выскажите предположения о появлении потенциальных конкурентов (по однородным продуктам и по функциям).

1. **Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства**
2. **РАЗДЕЛ 3. Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства и способы их ценообразование**

3. Цели занятия.

Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация продуктов и услуг индустрии гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Общая характеристика продуктов и услуг индустрии гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: Разработка продукта и услуг сферы гостеприимства
Форма практического задания: кейс-задание.

Кейс-задание.

Сформируйте перечень характеристик каждого вида продукции и услуг бизнес-плана. Проведите сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами. Результаты анализа оформите в таблицу (наименование продукции и/или услуги, характеристики, замечания о ваших особенностях в сравнении с конкурентами).

Сделайте описание продукции и/или услуг, предлагаемых в бизнес-плане.

Тема практического занятия: Ценовая политика в системе бизнес-планирования
Форма практического задания: кейс-задание.
Кейс-задание.

Сформулируйте цель формирования цены (обоснуйте). Определите характер спроса по цене на
продукцию и/или услуги. Проведите расчет затрат для формирования цены. Обоснуйте формирование будущих изменений в цене.

1. **Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства**
2. **Раздел 4. Производственный, организационный и финансовый план**

3. Цели занятия.

Характеристика технологии производства продукции и услуг. Обоснование строительных решений при возведении объектов по плану. Оценка потребности в технологическом и оборудовании. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, производственных затратах.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность сбытовой деятельности предприятий индустрии гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

2	Каналы распространения товаров и услуг, уровни каналов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия: Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама

Форма практического задания: кейс-задание.

Кейс-задание.

Разработайте план сбыта Ваших услуг и/или продукции, определите методы сбыта, рассчитайте мощность производственно-сбытовой базы

Разработайте план продвижения, сформируйте бюджет (обоснование обязательно).

Тема практического занятия: Производственный и организационный планы организации сферы индустрии гостеприимства

Форма практического задания: кейс-задание.

Кейс-задание:

Сформируйте схемы: производственного процесса с указанием всех элементов; структуры

производственных затрат; организационного плана для проекта; организационной структуры управления предприятием; штатного расписания.

Тема практического занятия: Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками

Форма практического задания: кейс-задание.

Кейс-задание.

Рассчитайте безубыточный объем производства в натуральном и стоимостном выражении, срок окупаемости проекта. Рассчитать чистый дисконтированный доход, рентабельность проекта, срок окупаемости и норму доходности. Оцените риски проекта.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОРГАНИЗАЦИЯ РЕСТОРАННОГО ДЕЛА

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Организация работы ресторана как предприятия общественного питания	
Тема 1.1 Организационная структура ресторана	Классификация предприятий питания. Состав и особенности оказания услуг ресторана. Состав ресторанной службы: зал и кухня. Состав производственных помещений ресторана.
Тема 1.2 Концепция ресторана	Ресторан как атмосферное место. Виды концепций ресторана. Портрет потребителя ресторана в зависимости от концепции. Кухня ресторана как отражение его концепции. Интерьер ресторана как отражение его концепции.
Раздел 2. Технологии работы ресторана	
Тема 2.1 Технологии обслуживания гостей	Стандарты обслуживания в ресторане. Технологии работы с жалобами клиентов ресторана. Технологии продаж в ресторане. Технологии встреч и проводов в ресторане. Технологии приема заказа в ресторане. Технологии проведения расчета в ресторане.
Тема 2.2 Программное обеспечение ресторана как предприятия общественного питания	Роль программного обеспечения в успехе ресторана. Виды программного обеспечения в ресторане. MICROS. R-Keeper. Iiko. Сравнительная характеристика программных продуктов для ресторана.
Раздел 3. Организация питания «шведский стол»	
Тема 3.1. Состав блюд и напитков на шведской линии	Состав персонала шведской линии. Закуски на шведской линии. Горячие блюда на шведской линии. Каши на шведской линии. Йогурты и молочные продукты на шведской линии. Приготовление блюд в зале на шведской

	линии: блины, омлет и прочее. Холодные напитки на шведской линии. Горячие напитки на шведской линии. Выпечка на шведской линии. Национальные продукты на шведской линии. Прочие компоненты шведской линии.
Тема 3.2. Технологии обслуживания на шведской линии	Оборудование для работы шведского стола. Технологии пополнения блюд шведской линии. Экономическая эффективность использования шведской линии в ресторане как формы обслуживания. Технологии обслуживания на шведской линии.
Раздел 4. Бизнес-ланч как форма обслуживания табльдот в ресторане	
Тема 4.1. Организация обслуживания бизнес-ланча	Состав бизнес-ланча. Функции сотрудников ресторана, работающих на бизнес-ланче. Сервировка стола на бизнес-ланче. Особенности продаж услуг бизнес-ланча рестораном.
Тема 4.2. Технологии обслуживания клиентов по системе табльдот	Технологии приготовления блюд при форме обслуживания табльдот. Портрет потребителя ресторана при форме обслуживания табльдот. Ценообразование при форме обслуживания табльдот.
Раздел 5. Банкетное обслуживание в ресторане	
Тема 5.1 Виды банкетов и состав банкетной службы	Состав банкетной службы ресторана. Организация банкета в ресторане. Меню ресторана при организации банкетного обслуживания. Виды банкетов в ресторане. Банкет-коктейль. Банкет-чай. Фуршет. Банкет как протокольное мероприятие. Другие виды банкетов в ресторане.
Тема 5.2 Технология обслуживания при организации банкетов	Технологии приема заказа на банкет. Технологии обслуживания во время банкетов. Состав меню банкета. Ценообразование банкета. Технологии оказания дополнительных услуг при банкетном обслуживании. Блюда и напитки при обслуживании на банкете.
Раздел 6. Обслуживание в ресторане по меню	
Тема 6.1 Состав меню ресторана	Обслуживание в ресторане «а ля карт». Концепция меню в продаже услуг ресторана. Влияние кухни ресторана на состав меню. Состав холодных закусок в меню. Состав салатов в меню. Состав горячих закусок в меню. Состав супов в меню ресторана. Состав горячих блюд в меню ресторана. Состав десертов в меню ресторана. Винная карта ресторана. Состав горячих напитков в меню. Состав безалкогольных холодных напитков в меню ресторана. Блюда от шефа и специальное меню в ресторане. Детское меню в ресторане.
Тема 6.2 Технологии обслуживания по меню в ресторане	Технология принятия заказа по меню. Технология принятия заказа. Технология подачи блюд в процессе обслуживания. Технология продаж блюд и напитков при обслуживании «а ля карт». Технология расчета с гостем. Электронное меню в ресторане. Приложение ресторана как форма взаимодействия с клиентом ресторана.
Раздел 7. Система обслуживания в номерах в гостиничном бизнесе	
Тема 7.1 Организация работы службы room service	Состав службы обслуживания в номерах в гостинице. Роль службы обслуживания в номерах в успехе работы ресторана. Стандарты работы службы обслуживания в номерах. Специфика меню при организации работы

	службы обслуживания в номерах.
Тема 7.2 Технологии работы службы room service	Технологии принятия заказа при работе room service. Технологии приготовления блюд и напитков при работе room service. Технологии доставки в номер при работе room service.
Раздел 8. Организация оказания дополнительных услуг в ресторане.	
Тема 8.1 Структура дополнительных услуг в ресторане	Виды дополнительных услуг в ресторане. Влияние концепции ресторана на структуру дополнительных услуг. Досуговые мероприятия в ресторане. Организация концертов в ресторане. Транспортные услуги ресторана. Информационные услуги ресторана. Ивент мероприятия в ресторане. Кейтеринг как дополнительная услуга ресторана.
Тема 8.2 Технологии оказания дополнительных услуг в ресторане	Технологии взаимодействия ресторана с досуговыми организациями. Ценообразование дополнительных услуг ресторана. Продвижение дополнительных услуг ресторана. Влияние портрета потребителя на формирование спектра дополнительных услуг ресторана.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и

найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков, и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление

вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий, обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Организация работы ресторана как предприятия общественного питания

Тема 1.1 Организационная структура ресторана

1. 1. Классификация предприятий питания.
2. Состав ресторанной службы: зал и кухня.
3. Виды концепций ресторана

Тема 1.2 Концепция ресторана

1. Состав и особенности оказания услуг ресторана.
2. Состав производственных помещений ресторана.
3. Ресторан как атмосферное место.
4. Портрет потребителя ресторана в зависимости от концепции.
5. Кухня ресторана как отражение его концепции.
6. Интерьер ресторана как отражение его концепции.

Раздел 2. Технологии работы ресторана

Тема 2.1 Технологии обслуживания гостей

1. Технологии встреч и проводов в ресторане.
2. Технологии приема заказа в ресторане.
3. Технологии проведения расчета в ресторане.

Тема 2.2 Программное обеспечение ресторана как предприятия общественного питания

1. 1. Роль программного обеспечения в успехе ресторана.
2. Виды программного обеспечения в ресторане.

Раздел 3. Организация питания «шведский стол»

Тема 3.1. Состав блюд и напитков на шведской линии

1. Оборудование для работы шведского стола.
2. Технологии пополнения блюд шведской линии.

Тема 3.2. Технологии обслуживания на шведской линии

1. Экономическая эффективность использования шведской линии в ресторане как формы обслуживания.
2. Технологии обслуживания на шведской линии.

Раздел 4. Бизнес-ланч как форма обслуживания табльдот в ресторане

Тема 4.1. Организация обслуживания бизнес-ланча

1. Состав бизнес-ланча.
2. Функции сотрудников ресторана, работающих на бизнес-ланче.

Тема 4.2. Технологии обслуживания клиентов по системе табльдот

1. Сервировка стола на бизнес-ланче.
2. Особенности продаж услуг бизнес-ланча рестораном.

Раздел 5. Банкетное обслуживание в ресторане
Тема 5.1 Виды банкетов и состав банкетной службы

1. Технологии приема заказа на банкет.
2. Технологии обслуживания во время банкетов.
3. Состав меню банкета.

Тема 5.2 Технология обслуживания при организации банкетов

1. Состав банкетной службы ресторана.
2. Организация банкета в ресторане.
3. Меню ресторана при организации банкетного обслуживания.
4. Виды банкетов в ресторане.

Раздел 6. Обслуживание в ресторане по меню
Тема 6.1 Состав меню ресторана

1. Технология принятия заказа по меню.
2. Технология принятия заказа.
3. Технология подачи блюд в процессе обслуживания.

Тема 6.2 Технологии обслуживания по меню в ресторане

1. Технология продаж блюд и напитков при обслуживании «а ля карт».
2. Технология расчета с гостем.
3. Электронное меню в ресторане.
4. Приложение ресторана как форма взаимодействия с клиентом ресторана.

Раздел 7. Система обслуживания в номерах в гостиничном бизнесе
Тема 7.1 Организация работы службы room service

1. Технологии принятия заказа при работе room service.
2. Технологии приготовления блюд и напитков при работе room service.
3. Технологии доставки в номер при работе room service.

Тема 7.2 Технологии работы службы room service

1. Состав службы обслуживания в номерах в гостинице.
2. Роль службы обслуживания в номерах в успехе работы ресторана.
3. Стандарты работы службы обслуживания в номерах.
4. Специфика меню при организации работы службы обслуживания в номерах.

Раздел 8. Организация оказания дополнительных услуг в ресторане.

Тема 8.1 Структура дополнительных услуг в ресторане

1. Технологии взаимодействия ресторана с досуговыми организациями.
2. Ценообразование дополнительных услуг ресторана.

Тема 8.2 Технологии оказания дополнительных услуг в ресторане

1. Продвижение дополнительных услуг ресторана.
2. Влияние портрета потребителя на формирование спектра дополнительных услуг ресторана.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Организация работы ресторана как предприятия общественного питания

Тема 1.1 Организационная структура ресторана

Источник: https://edatop.ru/4169-struktura-restorana.html

Тема 1.2 Концепция ресторана

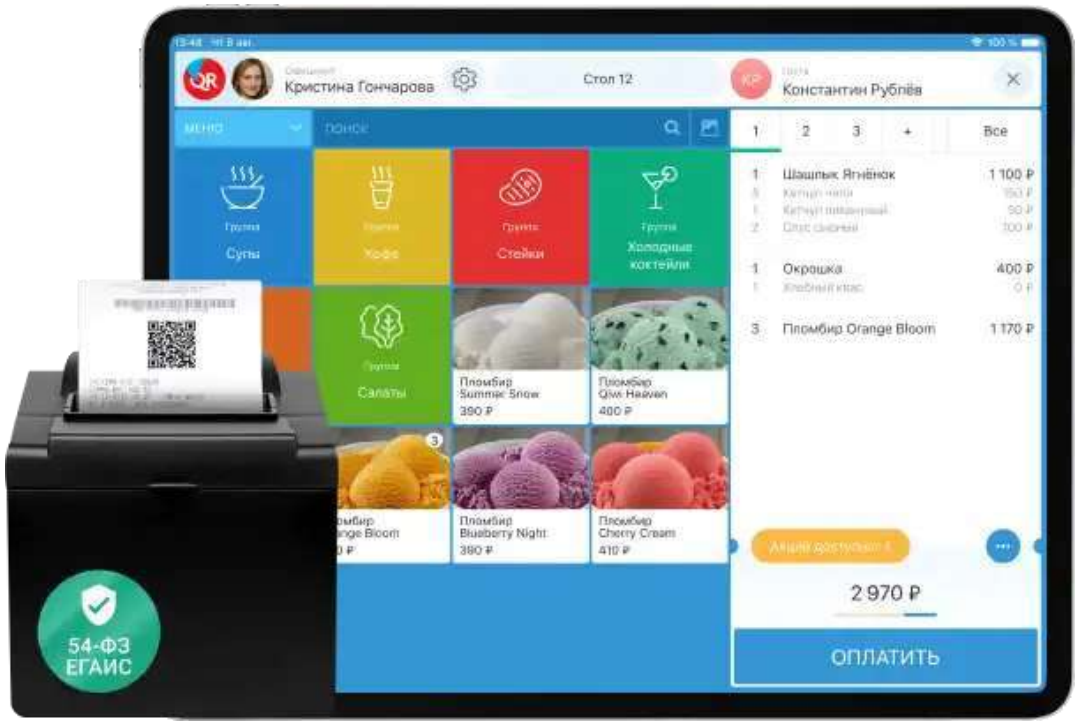
Источник: https://ppt-online.org/300375

Раздел 2. Технологии работы ресторана

Тема 2.1 Технологии обслуживания гостей

Источник: https://ppt-online.org/300426

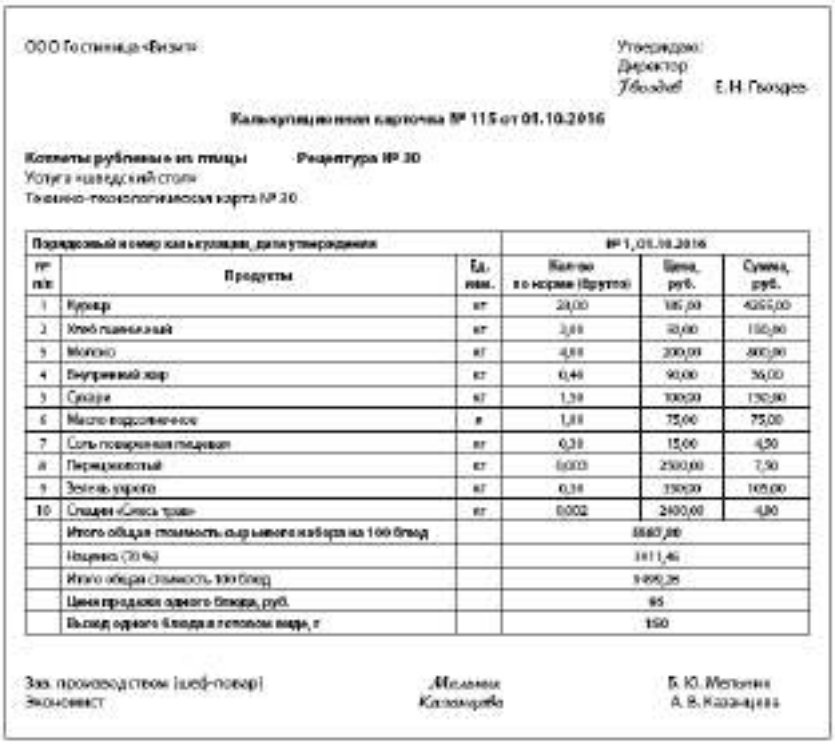
Тема 2.2 Программное обеспечение ресторана как предприятия общественного питания



Источник: https://rb.ru/opinion/restaurant-automation-software/

Раздел 3. Организация питания «шведский стол»

Тема 3.1. Состав блюд и напитков на шведской линии



ООО Гостиница «Физик»

Утверждаю:
Директор
Е.Н. Гвоздев

Калькуляционная карточка № 115 от 01.10.2016

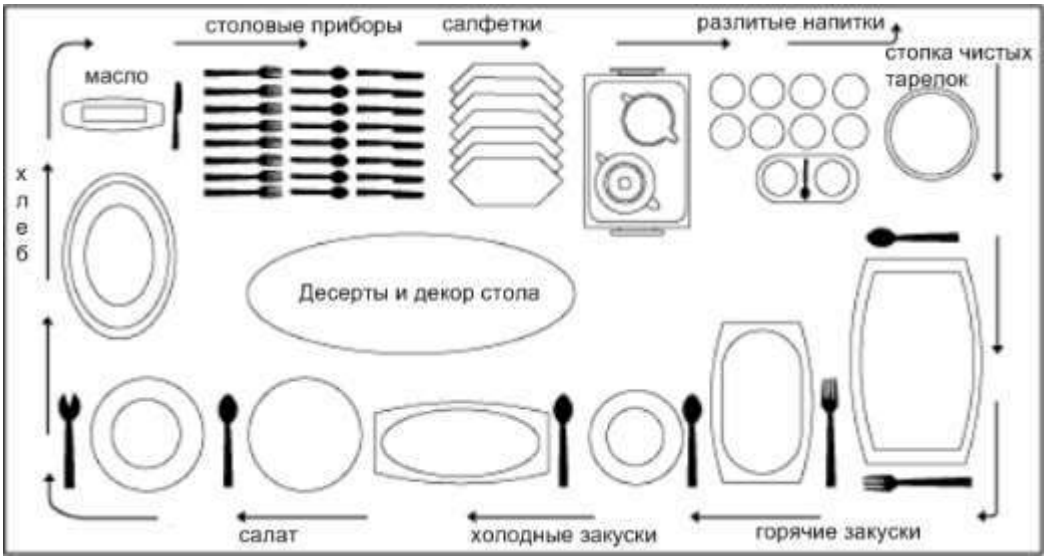
Котлеты рубленые из птицы **Рецептура № 30**
Услуга «шведский стол»
Технико-технологическая карта № 30

№ п/п	Продукты	Ед. изм.	Порядковый номер калькуляции, дата утверждения: № 1, 01.10.2016 Нетто на норму (брутто)	Цена, руб.	Сумма, руб.
1	Курица	кг	28,00	185,00	4255,00
2	Хлеб пшеничный	кг	3,00	50,00	150,00
3	Молоко	кг	4,00	200,00	800,00
4	Внутренний жир	кг	0,40	90,00	36,00
5	Сухари	кг	1,30	100,00	130,00
6	Масло подсолнечное	л	1,00	75,00	75,00
7	Соль поваренная пищевая	кг	0,30	15,00	4,50
8	Перец молотый	кг	0,003	2500,00	7,50
9	Зелень укропа	кг	0,30	350,00	105,00
10	Специи «Смесь трав»	кг	0,002	2400,00	4,80
	Итого общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд			8680,80	
	Наценка (30 %)			1811,46	
	Итого общая стоимость 100 блюд			1499,26	
	Цена продажи одного блюда, руб.			65	
	Выход одного блюда в готовом виде, г			150	

Зав. производством (шеф-повар) Мелехин В.Ю. Мелехин
Экономист Казанцева А.В. Казанцева

Источник: https://www.profiz.ru/se/11_2016/chvedskij_stol/

Тема 3.2. Технологии обслуживания на шведской линии



Источник: https://alexsolor.ru/uncategorized/osobennosti-obsluzhivaniya-shvedskij-stol

Раздел 4. Бизнес-ланч как форма обслуживания табльдот в ресторане

Тема 4.1. Организация обслуживания бизнес-ланча

Источник: https://ppt-online.org/559357

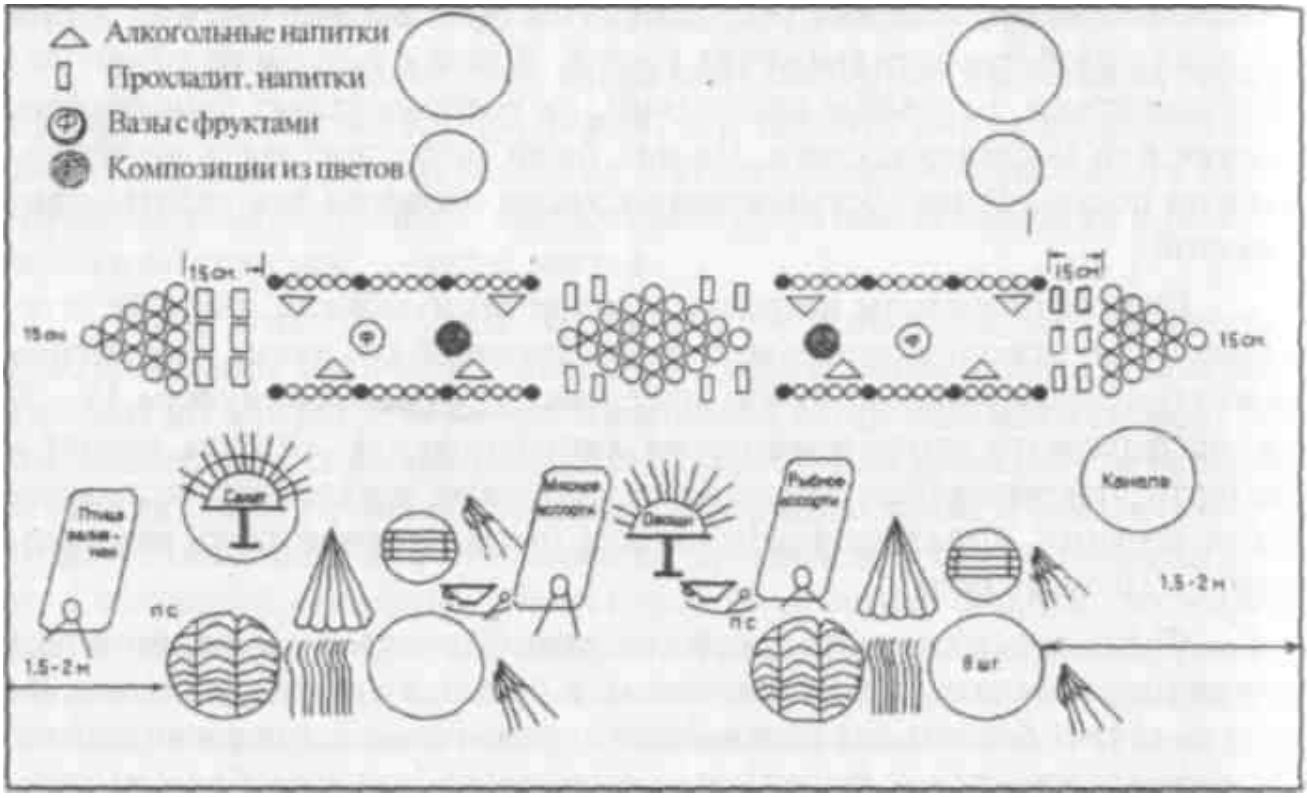
Тема 4.2. Технологии обслуживания клиентов по системе табльдот

Источник: https://ppt-online.org/559357

Раздел 5. Банкетное обслуживание в ресторане

Тема 5.1 Виды банкетов и состав банкетной службы**.**

Тема 5.2 Технология обслуживания при организации банкетов



Источник: https://stroiteh-msk.ru/obzory/trebovaniya-k-inzhenernym-kommunikaciyam-v-mnogokvartirnom-dome.html

Раздел 6. Обслуживание в ресторане по меню

Тема 6.1 Состав меню ресторана

Источник: https://bstudy.net/692856/turizm/sanatorno_kurortnyy_kompleks_struktura

Тема 6.2 Технологии обслуживания по меню в ресторане

Источник: https://oroalbero.ru/biznes-plan-dlja-sanatorija-primer/

Раздел 7. Система обслуживания в номерах в гостиничном бизнесе

Тема 7.1 Организация работы службы room service

Источник: https://arx.novosibdom.ru/node/2799

Тема 7.2 Технологии работы службы room service

Room Service order form

Отель.....

Дата..... Смена..... Кассир.....

№ комнаты	Кол-во гостей	Время заказа	Содержание заказа	Время доставки	Официант	Подкос тележка	Грязная посуда

Источник: https://puteshestviya-otdyh.ru/sovety/ l

Раздел 8. Организация оказания дополнительных услуг в ресторане.

Тема 8.1 Структура дополнительных услуг в ресторане

Источник: https://studmir.com/sushhnost-i-vidy-dopolnitelnyh-gostinichnyh-uslug/

Тема 8.2 Технологии оказания дополнительных услуг в ресторане

Источник:
https://studref.com/598005/turizm/tehnologiya_organizatsiya_predostavleniya_uslug_gostinichnymi_predpriyatiyami

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные

сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает

любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на

титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно

повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.
Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **Организация ресторанного дела**

2. **Раздел 1. Организация работы ресторана как предприятия общественного питания/ Тема 1.1 Организационная структура ресторана**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление об организационной структуре ресторана

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация предприятий питания. Состав и особенности оказания услуг ресторана. Состав ресторанной службы: зал и кухня. Состав производственных помещений ресторана.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 1.1 Организационная структура ресторана

Введение

Любая структура должна обеспечивать взаимоотношение элементов и распределять их роли. При этом необходимо учитывать компетентность сотрудников и ориентироваться на выполнение конечной задачи производства. Организованная схема должна находить баланс между стабильностью и гибкостью, упрощать руководство, делать акценты на самоорганизацию персонала.

Каждая бригада выполняет свою задачу: кухонная (повара, кондитеры); сервисная (менеджеры, официанты, бармены, хостес, гардеробщик); техническая (завхоз, инженер, мойщицы, уборщицы); складская (кладовщики, грузчики). Секретарь и бухгалтер находятся вне структуры и подчиняются непосредственно директору. На небольших производствах их функцию берет на себя управляющий. В отдельную группу относятся кассиры и водители. Деятельность всех бригад направлена на достижение общей цели: производство и реализации продукции, а также создания условий для выполнения поставленных задач. Трудовой коллектив участвует в обсуждении жизни производства и вносит свои предложения по улучшению рабочего процесса. Кухонная и сервисная группы – это основные элементы структуры управления. Они бывают: специализированные (объединение по одной профессии); комплексные (подбор представителей несколько профессий). В комплексных группах

сотрудники взаимозаменяемые, поэтому бригаде не нужно большое количество людей. Преимущество специализированных бригад – их высокий профессионализм.

В зависимости от стратегии ресторанного бизнеса модель управления персоналом бывает различной: линейная; матричная; функциональная; линейно-функциональная; линейно-штабная; дивизионная. Любая структура должна обеспечивать взаимоотношение элементов и распределять их роли. При этом необходимо учитывать компетентность сотрудников и ориентироваться на выполнение конечной задачи производства. Организованная схема должна находить баланс между стабильностью и гибкостью, упрощать руководство, делать акценты на самоорганизацию персонала. Как составляется структура управления рестораном Формирование модели управления рестораном проходит в 3 этапа: Дифференциация. Полное понимание задач каждой рабочей единицы. Чем точнее руководитель понимает род деятельности сотрудников, тем легче выстраивает план взаимоотношений команды. Но при узкой специализации работы труднее проходит интеграция отдельных группы в одну систему. Важно, чтобы каждый сотрудник ориентировался на общую цель, а не на выполнение только своей функции. Группировка. Объединение работ по общему принципу. Создаются блоки, из которых складывается структура. Интеграция. Вписание трудовых групп в схему. Какие из структур могут использоваться в ресторане (схемы) с плюсами и минусами Подбор модели управления зависит от масштаба производства и его стратегий. Если говорить о холдингах, то для них характерны матричные структуры или дивизионные. В ресторанном бизнесе чаще используют линейную или линейно-функциональную форму.

Источник: https://edatop.ru/4169-struktura-restorana.html

Вопросы для обсуждения

1. **1.** Состав и особенности оказания услуг ресторана.
2. Состав производственных помещений ресторана.
3. Ресторан как атмосферное место

Тема 1.2 Концепция ресторана

Концепция ресторана – это план создания предприятия с требуемой степенью подробности. Концепция отчасти перекликается с бизнес-планом, но при этом менее формальна и делает акцент не на обязательных разделах, а на тех, которые могут оказаться наиболее полезными для ресторатора. Теми, которые он сможет практически использовании при планировании инвестиций и открытии бизнеса.

В общем виде концепция содержит следующие разделы:

Общая идея ресторана

В этом разделе кратко излагаются основные сведения об основных параметрах организации ресторана, о том, что он будет собой представлять. Кухня, средний чек, дизайн, тип обслуживания, основные группы клиентов.

Место размещения ресторана

Место размещения ресторана чрезвычайно важно практически для любого ресторана, независимо от ценовой категории, кухни, известности, обслуживания. Для большинства ресторанов место размещения – основной фактор, обеспечивающий успех, поэтому ему уделяется особое внимание. В условиях высочайшей конкуренции, которой уже достиг наш рынок, максимальное приближение к своему клиенту позволяет придать некую уверенность инвестициям. И именно поэтому, правильный выбор места, как правило, проводится в виде отдельной главы общего маркетингового исследования, проводимого в рамках разработки концепции. При этом определяется

конкуренция, потоки людей и их основные характеристики, проходящих в радиусе действия ресторана и их состав, здания и сооружения, доминирующие в этом районе, объекты, способствующие ведению бизнеса. Также выясняются угрозы для бизнеса, которые могут возникать в этом районе (например, перекрытия движения в связи с регулярными мероприятиями может понизить привлекательность места).

Оформление и дизайн интерьера

Этот раздел концепции, фактически, является техническим заданием для разработки такой важной составляющей любого ресторана, как дизайн клиентской площади, на которой будут размещаться его клиенты. Дизайн – это очень важная часть атмосферы, которую генерирует ресторан своим гостям. Учитывая, что визуальный канал, пожалуй, является самым распространенным для получения основного количества информации, именно на дизайн возложена задача создания первого впечатления и последующего комфорта посетителей. Логика создания ресторанного интерьера выстраивается в соответствии с такими факторами влияния, как ценовая категория, тип обслуживания, кухня, а также персональные особенности заведения, которые могут быть визуализированы в дизайн-проекте. Технически, разработка начинается с эскизной стадии, формирующей несколько представлений об интерьерном решении. При этом, надо учитывать, что для некоторых ресторанов оказывается возможным сделать объединенное решение из интерьера, фасада и ландшафта. В этом случае такие работы выполняются одновременно и в комплексе для получения единого решения.

Обслуживание

Как правило, важность обслуживания возрастает по мере повышения ценовой категории предприятия. Именно в этой динамике повышается требовательность клиентов к тому, как их обслуживают. Все большее значение приобретают даже не самые значительные для демократичных концепций факторы, касающиеся нюансов этикета. Обслуживание в ресторане, как и другие составляющие должно соответствовать ценовой категории, сложившимся традициям на рынке и ожиданием посетителей. Это означает, что «высокий» стиль обслуживания будет также неуместен в недорогом ресторанчике, как и домашний стиль обслуживания в пафосном ресторане. В этом разделе концепции как раз описываются основные нюансы обслуживания, которые надо учитывать, приводятся примеры аналогичных ресторанов, намечаются пути обучения персонала.

Персонал и зарплаты

В этом разделе разрабатывается, по сути дела штатное расписание ресторана. При окончательном наборе оно может корректироваться, но основа закладывается именно тут. Кроме расписания, определяются зарплаты и стоимость набора тех или иных специалистов. Причем, зарплаты корректируются с учетом региона, в котором будет открыт ресторан. При подборе персонала важно подбирать специалистов с адекватными запросами и соответствующими умениями. Например, шеф-повар, всю жизнь проработавший в дорогом сегменте, вряд ли сможет плодотворно трудиться в недорогом домашнем ресторанчике. Не говоря уже о том, что стоимость его услуг может оказаться в разы выше того, что вы могли бы потратить на более подходящего специалиста.

Источник:
http://www.restcon.ru/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Портрет потребителя ресторана в зависимости от концепции.

2. Кухня ресторана как отражение его концепции.

Интерьер ресторана как отражение его концепции

1. **Организация ресторанного дела**

2. **Раздел 2. Технологии работы ресторана/** Тема 2.1 Технологии обслуживания гостей

3. Цели занятия.

-Сформировать представление о технологии обслуживания гостей

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стандарты обслуживания в ресторане. Технологии работы с жалобами клиентов ресторана. Технологии продаж в ресторане. Технологии встреч и проводов в ресторане. Технологии приема заказа в ресторане. Технологии проведения расчета в ресторане.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 2.1 Технологии обслуживания гостей

Введение

В гостиничном и ресторанном деле проблематично провести различия между основным и дополнительным предложениями. Многое зависит от восприятия клиентов, а также от принадлежности предприятия к конкретному типу или категории. Так, гости высококлассных гостиниц воспринимают многие дополнительные услуги как основные, как нечто само собой разумеющееся. Если сравнивать гостиничные предприятия разных типов, например, бизнес-отель, курортную гостиницу, сьют-отель, то основная услуга в одном — бассейн в гостинице — воспринимается как дополнительное благо в другом. Размещение и обслуживание — это главные составные части предложения как основных, так и дополнительных услуг данного бизнеса. Различия в них обусловлены категорией и типом конкретного предприятия. Совокупность материальных и нематериальных продуктов и услуг должна формироваться посредством гармоничного соединения основных (размещение, организация питания) и дополнительных услуг в комбинацию предложения для специфической целевой группы. Менеджеры постоянно задаются вопросами:

• чего именно ожидают гости гостиницы;

• как именно продукты и услуги гостиничного предприятия предоставляются (продаются) клиентам;

• удается ли наладить коммуникацию между ТГК и гостями;

• все ли сделано, чтобы предотвратить возникновение конфликта?

Концепция гостиницы должна постоянно уточняться для совершенствования оказываемых услуг. В целом политика гостиничного сервиса схематично показана на рис. 4.2.

Политика оказания гостиничных услуг зависит от ориентации ТГК в вопросах выбора ресурсов и клиентских групп, а также от его взаимоотношений с конкурентами.

Принимая решение относительно ресурсов, руководство ТГК должно определить:

• технологические, финансовые, кадровые возможности ТГК;

• источник собственных конкурентных преимуществ;

• основные структуры, ответственность за долгосрочный успех гостиницы.

Планируя работу с будущими клиентами, менеджеры обдумывают:

• что клиент понимает под полезностью выполненной работы (услуги), какие параметры работы (услуги) гостиницы существенны для постояльца и достаточны для его удовлетворения;

• как клиенты делают выбор между поставщиками товаров (услуг), какое предложение привлекательно с точки зрения клиента.

Оценивая свои возможности на гостиничном рынке, управляющие сравнивают их с возможностями конкурентов, выясняя:

• что выделяет соперников и их предложение;

• какие роли играют крупные конкуренты на рынке;

• выгодна ли кооперация труда при выполнении работ и оказании услуг.

Источник:
https://studref.com/598005/turizm/tehnologiya_organizatsiya_predostavleniya_uslug_gostinichnymi_predpriyatiyami

Взаимодействие с аудиторией:

1. Технологии встреч и проводов в ресторане.
2. Технологии приема заказа в ресторане.
3. Технологии проведения расчета в ресторане

Тема 2.2 Программное обеспечение ресторана как предприятия общественного питания

Введение

ПО для автоматизации общепита

Итак, что может и что должно включать в себя ПО для автоматизации заведения общественного питания? Три базовых модуля:

Модуль для кассира, в котором рядовой персонал проводит продажи в формате быстрого чека и распределяет заказы по столам (при наличии официантов в зале).

Модуль для управленца, в котором можно создавать позиции меню с уровнями доступа для рядового персонала (важна возможность удаления/корректировки уже сделанных продаж), смотреть отчеты по продажам по разным фильтрам и категориям (в какие часы пик продаж, какое блюдо самое продаваемое).

Модуль склада, в котором создают рецептуры, считается себестоимость, где можно увидеть остатки и процент списания. Идеально, если складской модуль поддерживает актуальные системы ВетИС (маркировка сырого мяса) и ЕГАИС (учет алкоголя).

Дополнительные блоки, которые упростят работу:

Бонусная система. CRM может быть включена в облачное ПО, а может быть интегрирована сторонними сервисами.

Модуль для поваров, который выводит на экран на кухне состав чека. Так называемый KDS. В принципе, заменяется принтером чеков.

Модуль бронирования. Позволяет в ресторанах не писать все брони в большую тетрадь, а корректировать онлайн, какой столик когда освободится, и можно ли посадить за него сейчас гостей. В целом способен улучшить оборачиваемость на 15-20%.

Модуль доставки. В случае контракта с сервисами доставки совсем не нужен, но, если заведение обладает своей сетью курьеров, он может позволить назначать персонал на выезды, видеть время доставки, считать ГСМ и прочее.

R-keeper

Самый древний игрок, который на рынке уже более 30 лет и представлен более чем в 40 странах мира. С R-keeper работают «Бургер Кинг», KFC, «Сабвэй», Black Star Burger, многие рестораны Аркадия Новикова.

ПО обладает всеми необходимыми модулями для автоматизации как кофейного островка (облачный тариф стоит от 2 400 рублей в месяц), так и федерального холдинга с системой заявок поставок и инвентаризацией складов.

Плюсы: за 30 лет опыта в R-keeper накопились даже те функции, о которых начинающий ресторатор может не думать и не знать, но, узнав, может ими воспользоваться и улучшить показатели своего бизнеса. Есть все, буквально все.

Минусы: почти не интегрируется со сторонними сервисами бонусных систем, предзаказа, бронирования, так как внутри программного комплекса уже есть свои эквиваленты. Дорогая федеральная техподдержка и сеть региональных дилеров: техническое сопровождение на местах зависит от их компетентности и активности.

«Айко»

Более 10 лет на рынке. Очень приятный интерфейс пользователя, открыт для интеграции со сторонними сервисами. Клиенты: «Синнабон», «Папа Джонс», «Кофе Бин».

Плюсы: удобный интерфейс, ПО дешевле R-Keeper по отдельным модулям, меньше требований к моноблокам. Минусы: небольшая дилерская сеть и отсутствие федеральной техподдержки.

QuickResto

Яркий интерфейс, возможность подгружать к каждому блюду картинку и приходные данные для учета.

Главный минус: модуль кассиров работает только на IOS. Причем так было не всегда: просто в какой-то момент они перестали поддерживать ПО на Android. Неплохая единая линия техподдержки.

Источник: https://rb.ru/opinion/restaurant-automation-software/

Взаимодействие с аудиторией:

1. 1. Роль программного обеспечения в успехе ресторана.
2. Виды программного обеспечения в ресторане.
3. MICROS.
4. R-Keeper.
5. Iiko.
6. Сравнительная характеристика программных продуктов для ресторана

1. **Организация ресторанного дела**

2. **Раздел 3. Организация питания «шведский стол»/ Тема 3.1. Состав блюд и напитков на шведской линии**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление организации питания Шведский стол

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Состав персонала шведской линии. Закуски на шведской линии. Горячие блюда на шведской линии. Каши на шведской линии. Йогурты и молочные продукты на шведской линии. Приготовление блюд в зале на шведской линии: блины, омлет и прочее. Холодные напитки на шведской линии. Горячие напитки на шведской линии. Выпечка на шведской линии. Национальные продукты на шведской линии. Прочие компоненты шведской линии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 3.1. Состав блюд и напитков на шведской линии

Популярный формат ресторанного обслуживания - шведский стол имеет несколько особенностей, которые необходимо учесть при организации этой формы работы. Описывать преимущества этого решения мы не станем, а остановимся на наиболее интересных и важных для бизнеса подробностях и тонкостях, касающихся технической стороны дела - оборудования для шведского стола.

Организационные особенности шведского стола

Организация и подбор всего необходимого для работы в формате ресторанного обслуживания требуют учета нескольких организационных и технологических моментов. Для начала обратим внимание на особенности, которые определяют форму и порядок обслуживания - при внимательном рассмотрении они оказываются весьма значимыми.

Форма работы заметно отличается в зависимости от типа основного объекта - шведский стол в ресторане, кафе, отеле и на отдельном мероприятии имеет свои особенности, влияющие на весь процесс и выбор оборудования.

Конкретный формат обслуживания и проходимость, которые меняются или остаются относительно постоянными хотя бы в течение двух-трех месяцев.

Контингент обслуживания и целевая аудитория.

Расписание работы в выбранном формате.

С точки зрения бизнес-организации следует обратить внимание на возможность обслуживания довольно большого количества посетителей. Это может особо заинтересовать владельцев ресторанов, расположенных в центре города, где время между ланчем и ужином оказывается практически не занятым. Организовать шведский стол можно таким образом, чтобы привлечь посетителей на бизнес-ланчи и сделать более привлекательным время обеденных посещений.

Для владельца отеля формат шведского стола - это привлечение постоянных гостей, заметный козырь в привлечении групп, возможность расширить обслуживание в ресторане за счет посетителей из расположенных рядом офисов в период ланча и загрузка ресторана во время завтрака. Ужин в формате шведского стола не столь популярен, но при опыте организации такой формы обслуживания он может стать источником постоянных заказов на корпоративном уровне, в том числе и для кейтеринговых мероприятий и банкетов.

В любом случае необходимо разработать несколько базовых моментов. Это помещение, правильно подобранное количество столов и вспомогательного оборудования, создание отдельной бригады на кухне или вынос части производства непосредственно в помещение шведского стола.

Оборудование и помещение для шведского стола

Исходя из этих особенностей, можно представить себе основные требования и возможности организации шведского стола с технической точки зрения.

Оборудование и аксессуары

Оборудование, которое потребуется для работы в формате шведского стола, разделяется на категории по применению:

шведские линии - охлаждаемые салатные витрины для выкладки блюд;

салат-бары, охлаждаемые салатные витрины;

настольные мармиты или модули линий раздачи с мармитами для размещения порционных горячих блюд, гарниров, супов во время ланча и обеда;

столы для посетителей;

плита электрическая, по размерам и внешнему виду подходящая к выбранному помещению;

для выделенной производственной зоны потребуются холодильные столы (для салатов), нейтральный производственный стол;

вытяжные зонты - очень важный элемент системы вентиляции, особенно при организации производства в зоне шведского стола.

Добавим сюда обязательные холодильные шкафы и лари с прозрачными дверцами и крышками, а для продажи на вынос - холодильные витрины. Для работы в отеле во время завтраков важно не упустить закупку вафельниц, тостеров и приспособлений для варки яиц. На участке выкладки могут понадобиться тепловые витрины с верхним подогревом или инфракрасные нагреватели блюд.

Источник: https://r-komplekt.ru/news/stol/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Состав персонала шведской линии.
2. Закуски на шведской линии.
3. Горячие блюда на шведской линии.
4. Каши на шведской линии.
5. Йогурты и молочные продукты на шведской линии.
6. Приготовление блюд в зале на шведской линии: блины, омлет и прочее.
7. Холодные напитки на шведской линии.
8. Горячие напитки на шведской линии.
9. Выпечка на шведской линии.
10. Национальные продукты на шведской линии.

Прочие компоненты шведской линии.

Тема 3.2. Технологии обслуживания на шведской линии

Рассмотрим варианты организации шведского стола с точки зрения объекта бизнеса. Из наиболее распространенных вариантов стоит обратить внимание на отельное и ресторанное обслуживание, так как два этих профиля имеют коренные различия.

Организация в отеле и кафе

Шведский стол в отеле характеризуется следующими особенностями:

необходимость работы с завтраками, причем время начала обслуживания должно быть достаточно ранним, а для пункта общепита в центре или деловой части города это важнейший плюс - таким образом можно в прямом смысле “перехватить” персонал соседних офисов;

относительно предсказуемое количество посетителей за счет гостей отеля;

необходимость разработки “циклического меню”, в котором блюда не будут повторяться изо дня в день, чтобы не вызвать чувства однообразия у проживающих в отеле;

высокая вероятность работы в ценовом сегменте, близком к классу “эконом”, с подачей недорогих, калорийных блюд из среднего ежедневного рациона, организация ужинов после 20 часов и предложение купить готовые порционные блюда на вынос.

В этом случае ресторатору отеля придется заняться организацией отдельного менеджмента шведского стола. Перечисленные особенности можно применить и к работе небольшого кафе с недорогим повседневным ассортиментом блюд и закусок.

Шведский стол в ресторане

Ресторанный шведский стол, не связанный с отелем, имеет свои особенности. Это:

время работы, из которого можно исключить период завтрака;

необходимость работы во время ланча, готовность организовать бизнес-ланчи в период с 11.30 и до наступления обеденного обслуживания;

готовность продолжать обслуживание во время обеда, быстро корректируя ассортимент;

высокая вероятность организации банкета в формате шведского стола во время ужина, причем завершать работу в этой части ресторана вполне можно уже с 21 часа, а при отсутствии заказа на банкет - и в 19 - 20 часов;

необходимость включать в меню не только блюда повседневного спроса, возможность в рамках шведского стола работать и в формате “кулинарии”, предлагая часть готовых порционных блюд на вынос.

В зависимости от класса ресторана в это перечисление можно включить и специфические предложения, в том числе и переход гостей в залы для классического обслуживания, и смешанный вариант, при котором часть блюд и закусок подается официантами из меню заказов в зале.

Источник: https://r-komplekt.ru/news/stol/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Оборудование для работы шведского стола.
2. Технологии пополнения блюд шведской линии

1. **Организация ресторанного дела**
2. **Раздел 4. Бизнес-ланч как форма обслуживания табльдот в ресторане**
3. Цели занятия.

-изучить особенности бизнес-ланча в ресторанах

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Состав бизнес-ланча. Функции сотрудников ресторана, работающих на бизнес-ланче. Сервировка стола на бизнес-ланче. Особенности продаж услуг бизнес-ланча рестораном.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 4.1. Организация обслуживания бизнес-ланча

Многие рестораторы даже не задумываются о том, что бизнес-ланч может не только обогатить, но и поставить крест на заведении. Многие вводят меню для делового обеда потому, что так делают все. Правильный ли это подход и как не допустить ошибок, давайте разберёмся вместе.

Отметим основополагающие правила успешного бизнес-ланча.

Главное — скорость.

Скорость важна на каждом этапе: приём заказа, приготовление, подача блюда, расчёт. Персонал должен быть готов к такому темпу.

Чёткое понимание меню, скорость передвижения, знание нормативов, грамотно выполненные заготовки — каждая мелочь имеет значение.

Задача любого обеденного периода — обеспечить максимальный оборот стола.

Нормативы: время выноса салата с момента заказа – 3 минуты; горячего – 6 минут; основного блюда – 10 минут. При таком нормативе с 12:00 – 15:00 вы гарантированно сделаете три оборота стола.

Меню.

Не нужно делать акцент на блюдах русской кухни, тем более советской. Борщ и селёдка под шубой не уместна в японском ресторане! Меню бизнес-ланча должно оставаться в рамках концепции заведения.

Не забывайте про калорийность! Салат, состоящий из одной зелени, конечно, оценят следящие за своей фигурой. Но большинство в обеденный перерыв хотят утолить голод быстро и сытно.

Ценообразование.

Соотношение цена/объём порции играет важную роль. Гость очень быстро заметит обман с маленькой порцией и без сожаления уйдёт к конкурентам.

Отличный вариант: предлагать комплекс из трёх блюд (салат, первое, горячее на выбор), добавляя сразу хлебную корзину и напиток. Это намного лучше работает, чем разбивать меню на двойки тройки (например, салат+суп или салат+горячее+напиток). Кстати, когда стоимость ланча одинаковая, расчёт производится намного быстрее.

Комплименты.

Борьба за гостей в разгаре! Побеждает, как ни странно, не самый вкусный обед. Качество обслуживания! Бесплатная булочка к бульону — такая мелочь, но запомнится именно это.

Источник: https://restik.com/blog/pravila-uspeshnogo-biznes-lancha/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Технологии приготовления блюд при форме обслуживания табльдот.
2. Портрет потребителя ресторана при форме обслуживания табльдот.
3. Ценообразование при форме обслуживания табльдот

Тема 4.2. Технологии обслуживания клиентов по системе табльдот

Продукты.

Дёшево — не значит некачественно. Вы можете закупать продукты у других поставщиков, более дешёвые. Но качество страдать от этого ни в коем случае не должно.

Если блюдо получается дорогое, не нужно менять продукты, меняйте само блюдо или шеф-повара.

Визуальное восприятие.

Отдельное, ёмкое и понятное меню. Максимум информации, вкусные фотографии, внятное обозначение цен. На бизнес-ланче гости меньше всего хотят полчаса рассматривать замысловатые описания блюд и просчитывать свой бюджет. Помогите им определиться. Официанты должны быть доброжелательны и открыты не меньше, чем на VIP-обслуживании.

Общее впечатление от бизнес-ланча в вашем ресторане должно всегда оставаться на высшем уровне.

Анализ местоположения.

Если ресторан находится в эпицентре бизнес-офисов и в нём постоянно проводятся деловые встречи — это большая ой плюс. Проанализируйте, офисы каких компаний окружают вас, какой у них режим работы. Некоторые компании работают по субботам и воскресеньям. Это повод задуматься над введением бизнес-ланча в выходные дни!

Если ресторан принимает исключительно прогуливающихся в центре города туристов, бизнес-ланч способен поставить крест на всей остальной деятельности. К этому вопросу нужно походить очень грамотно с полным анализом ситуации.

Важно понимать, что бизнес-ланч — это не только способ заработать в обеденный перерыв, но и реклама вашего вечернего, банкетного и фуршетного меню. Если в ресторане вкусно на ланче, при этом адекватные цены и приветливый персонал, гости сделают выводы и вернутся к вам вечером.

Устраивайте стресс-тесты, опросы клиентов, мотивируйте персонал. Нельзя пускать на самотёк такую важную деталь, как бизнес-ланч.

Источник: https://restik.com/blog/pravila-uspeshnogo-biznes-lancha/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Состав бизнес-ланча.
2. Функции сотрудников ресторана, работающих на бизнес-ланче.
3. Сервировка стола на бизнес-ланче.
4. Особенности продаж услуг бизнес-ланча рестораном.

1. **Организация ресторанного дела**

2.**РАЗДЕЛ 5. Банкетное обслуживание в ресторане/ Тема 5.1 Виды банкетов и состав банкетной службы**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление о банкетном обслуживании

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Состав банкетной службы ресторана. Организация банкета в ресторане. Меню ресторана при организации банкетного обслуживания. Виды банкетов в ресторане. Банкет-коктейль. Банкет-чай. Фуршет. Банкет как протокольное мероприятие. Другие виды банкетов в ресторане.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 5.1 Виды банкетов и состав банкетной службы.

Обслуживание банкетов по своей сложности может соперничать с чайной церемонией. Здесь есть множество специфических нюансов, правил этикета и ритуалов, которые стоит знать тем, кто хочет провести банкет на высшем уровне. Обслуживанием банкета занимаются официанты, из их квалификации, идеального внешнего вида и дисциплины складывается вся торжественность момента.

— К работе на банкетах допускают только опытных официантов, которых отличает уверенность, спокойствие и слаженные движения. Находясь в банкетном зале, обслуживающий персонал не должен вести лишних бесед.

— За каждым официантом на банкете закреплен свой сектор, как правило, это либо один столик, либо группа гостей, в идеале на одного официанта должно приходится не более четырех человек.

— Холодные закуски на банкете расставляются еще до начала мероприятия. После прихода гостей официанты начинают разносить горячие блюда. Их подают вместе с гарниром и соусом, но только после того, как разложены столовые приборы.

К работе на банкетах допускают только опытных официантов, которых отличает уверенность, спокойствие и слаженные движения.

— Организатор банкета присваивает каждому официанту номер, согласно которому он заходит в зал. Это делается для того, чтобы избежать ненужной толчеи, но подача блюд и напитков на столы начинается одновременно, по знаку старшего официанта.

— Во время обслуживания банкета официанты должны подходить к гостям со спины, выкладывая еду на стол левой рукой и с левой стороны.

— В отличие от ресторанного обслуживания, прежде чем накрывать на стол, официант предлагает блюдо гостю. После того, как первый гость получил свою порцию, официант отступает на шаг и переходит к следующему гостю.

— Если гость отказывается от предложенного блюда, то официант на банкете обязан убрать соответствующий прибор. Вместе с тарелками со стола уходят вилки, ножи и ложки, даже если гость ими и не пользовался.

Источник:

https://banket.spb.ru/vestnik/obslujivanie-banketov.html

Взаимодействие с аудиторией:

1. Состав банкетной службы ресторана.
2. Организация банкета в ресторане.
3. Меню ресторана при организации банкетного обслуживания.
4. Виды банкетов в ресторане.

Тема 5.2 Т**ехнология обслуживания при организации банкетов**

Банкетное обслуживание можно разделить на следующие категории:

• Банкет с частичным обслуживанием – в этом случае, часть блюд сразу выставляется на стол или же на каждый стол еда подается на большом общем блюде, с тем расчетом, что гости будут сами накладывать на тарелку необходимое количество еды. Спиртные напитки выставляются таким же образом, и каждый сам наполняет бокал. Такая форма обслуживания очень удобная, так как не создает ощущения строгой официальности, что вполне приемлемо для корпоративного мероприятия.

• Банкет с полным обслуживанием – этот вид банкета предполагает обслуживание каждого гостя индивидуально, начиная с еды и заканчивая напитками. Блюда в этом случае подаются тремя заходами, с временными промежутками между ними. Это позволяет гостям вести неспешные переговоры. Для официальных встреч, это самый подходящий вариант.

• Фуршет – этот вариант обслуживания не предусматривает посадочных мест, еда и напитки выставляются на специальные фуршетные столики. При этом размер и вид блюд должен быть таким, чтобы с ним можно было управиться за 1-2 укуса. Такой вид обслуживания располагает к общению, но необходимо помнить, что длительность фуршета не должна быть более 1,5 часов.

• Коктейль – упрощенный вид фуршета. Еда отсутствует, столики тоже (стоит только несколько подсобных столов и бар), при этом официанты проходятся по залу с напитками, фруктами и закусками.

• Барбекю – представляет собой шведский стол или фуршет на открытом воздухе. В меню такого обслуживания непременно входят блюда, приготовленные на открытом огне или мангале.

• Шведский стол – объединяет в себе фуршет и банкет. Каждому гостю предоставляется место за сервированным столом, однако всю еду, он сам берет со специального отдельно стоящего стола. Но такой вид банкетного обслуживания не совсем подходит для корпоративного отдыха, зато он просто незаменим, когда гости присоединяются к празднеству целый день.

Источник: http://www.restus.ru/banketnoe_obsluzhivanie/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Технологии приема заказа на банкет.
2. Технологии обслуживания во время банкетов.
3. Состав меню банкета

1. **Организация ресторанного дела**

2.**РАЗДЕЛ 6. Обслуживание в ресторане по меню/ Тема 6.1 Состав меню ресторана**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление об обслуживании по меню в ресторане

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Обслуживание в ресторане «а ля карт». Концепция меню в продаже услуг ресторана. Влияние кухни ресторана на состав меню. Состав холодных закусок в меню. Состав салатов в меню. Состав горячих закусок в меню. Состав супов в меню ресторана. Состав горячих блюд в меню ресторана. Состав десертов в меню ресторана. Винная карта ресторана. Состав горячих напитков в меню. Состав безалкогольных холодных напитков в меню ресторана. Блюда от шефа и специальное меню в ресторане.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 6.1 Состав меню ресторана

Многие собственники заведений общественного питания ошибаются, считая меню всего лишь списком блюд и напитков. Нельзя отрицать тот факт, что с помощью такого «списка» можно поразить воображение и завладеть мыслями посетителя, предложив ему то, что он:

никогда не пробовал, но очень хотел попробовать;

даже не мечтал отведать;

будет ожидать с высокой степенью заинтересованности.

Не упускайте меню из виду, как не упускаете кухню, высокие стандарты обслуживания и стерильную чистоту в уборных. Его продающую мощь невозможно переоценить. Можете

считать меню одним из самых эффективных видов рекламы ресторана, которую гарантированно увидит, изучит и запомнит каждый посетитель.

Частой ошибкой является и то, что за компоновку меню некоторые собственники берутся в последний момент перед открытием. Готово и внешнее, и внутреннее убранство, и вывеска с логотипом, а меню еще нет. А ведь подогнать его под уже «сделанную» атмосферу крайне сложно. Специалисты рекомендуют начинать именно с меню, так как образ кафе или ресторана отображается в выборе кухни и фирменных блюд. И только после того, как этот вопрос будет решен, можно браться за стиль, интерьер, униформу и т. д. Согласитесь, будет странно, если официант, облаченный в кимоно, предложит гостю меню с несколькими видами пиццы и крафтового пива.

Меню — канал коммуникаций между заведением общепита и его гостями. В него можно вносить поправки, поэтому он мобильный и динамичный. Но при этом он наиболее постоянный, так как «что написано пером, не вырубишь топором».

Хорошее меню должно быть интуитивно понятным и приспособленным под нужды персонала. Официанты должны за долю секунды находить нужные позиции и пересылать заказы поварам. Это очень доступно реализовано в современных системах автоматизации.

Не постесняйтесь заглянуть к ближайшим конкурентам, чтобы оценить, как они оформили меню, сочетается ли оно с атмосферой заведения, какие заказы делают клиенты. Не призываем нахально копировать удачные идеи, но позаимствовать некоторые тонкости можно. Правильное составление меню ресторана или кафе возможно только после тщательного мониторинга рынка.

Концепция меню

Каким должен быть состав вашего меню? Чему в нем быть не положено? Отправная точка в поисках ответов на эти вопросы — основная идея заведения и публика, желания которой вы намерены удовлетворить. Скажем проще: если вы открываете пиццерию, в меню вряд ли должен появиться раздел с суши и роллами.

Предполагается, что разделы меню будут дополнять друг друга по смыслу. Отличный вариант — применение принципа комплиментарности. Например, вместе с пиццей можно предложить клиенту заказать суп или витаминный салат, а на десерт — джелато. Сценарий элементарный и слегка приземленный, но он демонстрирует одну простую вещь: прежде чем нарушать правила, научитесь им следовать. То есть сначала создается рабочий каркас меню с классическими элементами, а затем к нему добавляются авторские модификации

Источники:

https://restoplace.cc/blog/sostavit-menyu-restorana

Взаимодействие с аудиторией:

1. Обслуживание в ресторане «а ля карт».
2. Концепция меню в продаже услуг ресторана.
3. Влияние кухни ресторана на состав меню.
4. Состав холодных закусок в меню.
5. Состав салатов в меню.
6. Состав горячих закусок в меню.
7. Состав супов в меню ресторана.
8. Состав горячих блюд в меню ресторана.
9. Состав десертов в меню ресторана.
10. Винная карта ресторана.
11. Состав горячих напитков в меню.

12. Состав безалкогольных холодных напитков в меню ресторана.
13. Блюда от шефа и специальное меню в ресторане.

Тема 6.2 Технологии обслуживания по меню в ресторане

Меню – это перечень расположенных в определенном порядке блюд, напитков, кондитерских изделий с указанием цены и выхода блюд, реализуемых на предприятии в день продажи.

Меню является визитной карточкой предприятия, особенно ресторана. Красиво оформленное меню создаст первое впечатление, способствует контакту персонала с потребителем, от него зависят внутренний настрой гостя и восприятие общей атмосферы. Поэтому меню должно быть выполнено удобочитаемым шрифтом и на хорошей бумаге.

При оформлении меню следует учитывать концепцию предприятия, соотносить его оформление с интерьером и сервировкой. Для рекламы и популяризации блюда в меню под его названием можно дать небольшую аннотацию, в которой приводятся состав блюда и способ его приготовления, и фотографию. Это поможет увеличить объем продаж.

Меню – инструмент ресторанной политики, позволяющий определить наиболее популярные блюда и блюда, не пользующиеся спросом. Непопулярные блюда должны быть заменены с учетом потребительского спроса.

В составлении меню принимает участие заведующий производством, а в ресторанах – и метрдотель. Стоимость блюд рассчитывается бухгалтером-калькулятором, на последнем этапе утверждается директором предприятия. При составлении меню необходимо следовать определенным условиям, позволяющим сделать его привлекательным для потребителей и выгодным для предприятия:

давать блюда, напитки, кондитерские изделия в ассортименте, определяемом с возможностями производства, квалификацией персонала, трудоемкостью блюд и специализацией предприятия;

учитывать состав и количество сырья на складе;

принимать во внимание сезон (время года);

разнообразить блюда по видам сырья и способу кулинарной обработки;

располагать блюда в зависимости от состава тепловой обработки: припущенные, отварные, жареные, тушеные, запеченные;

располагать блюда в зависимости от вкусовых ощущений: от блюд с диетическим вкусом к более острым;

учитывать соответствие гарнира основному продукту;

принимать во внимание национальные, религиозные или возрастные особенности потенциальных потребителей;

учитывать режим работы предприятия;

соблюдать строгий порядок расположения блюд с учетом последовательности их подачи.

Блюда, указанные в меню, должны быть в наличии в течение всего времени работы предприятия.

В конечном итоге именно правильно составленное меню позволяет увеличить прибыль ресторана.

Последовательность расположения блюд в меню

Для привлечения внимания потребителя на первой странице меню можно разместить специальное предложение от шеф-повара «Блюдо от шефа», затем фирменные блюда и блюда в соответствии со следующими правилами их расположения.

«Блюдо от шефа».

Фирменные блюда.

Холодные закуски:

рыбные: масло сливочное; икра зернистая, паюсная осетровых; икра зернистая лососевых; рыба малосольная; рыба отварная; рыба заливная; рыба фаршированная; рыба под маринадом; рыба под майонезом; рыбная гастрономия и закусочные консервы; сельдь натуральная, с гарниром, рубленая; нерыбные морепродукты; салаты рыбные;мясные: мясо отварное; мясо заливное; мясо фаршированное; мясо шпигованное; мясо жареное; мясная гастрономия; салаты мясные;из птицы и дичи: птица отварная; птица заливная; птица фаршированная; птица и дичь жареные; салаты из птицы и дичи;овощные и грибные: овощи свежие натуральные; овощи и грибы консервированные; салаты овощные; оливки, маслины;кисломолочные продукты: различные сыры; масло.

Горячие закуски: рыбные, из нерыбных морепродуктов, мясные, из субпродуктов, из птицы и дичи, овощные, грибные, яичные, мучные.

Супы: прозрачные, супы-пюре, заправочные, молочные, холодные, сладкие.

Вторые блюда: из рыбы отварной, припущенной, жареной, фаршированной, тушеной, запеченной; из мяса отварного, припущенного, жаренного крупным куском и порционными кусками, из мяса в соусе, из мяса, жаренного в панированном виде, из субпродуктов жареных; из мяса тушеного, запеченного; блюда из рубленой и котлетной массы; из птицы и дичи отварной, припущенной, фаршированной, жареной, тушеной, блюда из рубленой птицы.

Блюда из овощей и грибов: отварных, припущенных, жареных, тушеных, запеченных.

Блюда из круп, бобовых, макаронных изделий, мучные.

Блюда из яиц и творога.

Десерты - сладкие блюда: горячие, холодные.

Фрукты, ягоды.

Горячие напитки: чай, кофе, шоколад и др.

Холодные напитки, соки, напитки собственного производства.

Мучные кулинарные и кондитерские изделия.

При составлении меню для специализированных предприятий меню начинается с характерного для данного предприятия блюда, например с шашлыка - в шашлычной.

Виды меню

К наиболее часто встречающимся видам меню относятся:

меню дневного рациона;

меню завтрака, обеда, ужина;

меню скомплектованного рациона;

меню бизнес-ланча;

меню воскресного бранча;

меню со свободным выбором блюд;

банкетное меню;

меню тематических мероприятий.

Источник:

http://distobysh.tttpt.edusite.ru/p14aa1.html

Взаимодействие с аудиторией:

1. Технология принятия заказа по меню.
2. Технология принятия заказа.
3. Технология подачи блюд в процессе обслуживания.
4. Технология продаж блюд и напитков при обслуживании «а ля карт».
5. Технология расчета с гостем.
6. Электронное меню в ресторане.

1. **Организация ресторанного дела**

2.**РАЗДЕЛ 7. Система обслуживания в номерах в гостиничном бизнесе/ Тема 7.1 Организация работы службы room service**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление об обслуживании в номерах

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Состав службы обслуживания в номерах в гостинице. Роль службы обслуживания в номерах в успехе работы ресторана. Стандарты работы службы обслуживания в номерах. Специфика меню при организации работы службы обслуживания в номерах	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 7.1 Организация работы службы room service

Служба обслуживания питанием в номерах (Room Service) входит в состав службы организации общественного питания (Food & Beverage – F&B) и подчиняется непосредственно менеджеру службы питания. В состав службы Room Service входит менеджер, супервайзеры, официанты, а также сотрудники мини-бара, которые занимаются его проверкой и пополнением в номерах гостей.

Менеджер службы Room Service:

• контролирует работу официантов;
• составляет график работы официантов;
• распределяет объем работ;
• следит за правильной сервировкой столов, подносов;
• проверяет правильность формирования заказов по меню Room Service;
• делает отчеты по продажам;
• решает проблемные ситуации.

Супервайзер службы Room Service:

• распределяет объем работ;
• следит за правильной сервировкой столов, подносов;
• проверяет правильность формирования заказов по меню Room Service;
• решает проблемные ситуации.

Официант отдела Room Service:

• обслуживает гостей;
• поддерживает чистоту и порядок в помещении Room Service;
• отвечает за своевременный сбор грязной посуды с этажей;
• контролирует получение заказов со склада;
• обеспечивает отдел достаточным количеством посуды, соусников, молочников, приборов, скатертей, салфеток.

Супервайзер мини-бара:

• заказывает продукцию со склада;

• распределяет объем работ;
• составляет графики выхода на работу подчиненных (сотрудников мини-бара);
• делает отчеты.

Сотрудник мини-бара:
• проверяет мини-бары и пополняет их в номерах гостей;
• зачисляет стоимость потребленных продуктов и напитков на счета гостей;
• блокирует мини-бар в случае задолженности гостя;
• проверяет техническое состояние и режим работы мини-бара.

В гостиницах с высоким уровнем обслуживания сотрудники отдела обслуживания на этажах круглосуточно осуществляют подачу еды и напитков в номера по просьбе клиентов.

Как правило, сотрудники отдела трудятся в четыре смены:
1-я смена – с 06.30 до 14.30;
2-я смена – с 14.30 до 23.30;
3-я смена – с 16.30 до 01.30;
4-я смена – с 20.30 до 08.30.

Очень важно организовать рабочие смены в службе Room Service таким образом, чтобы не было задержек в обслуживании гостей ни в дневное, ни в ночное время.

Правила предлагающей продажи

Сотрудник гостиницы должен уметь так предложить гостю блюдо или напиток, чтобы тот захотел его попробовать, т.е. купить. Взаимоотношения гостя и сотрудника отдела обслуживания на этажах – это, в общем виде, взаимоотношения покупателя и продавца, а процесс обслуживания клиента – это процесс продажи. Для того чтобы успешно продавать, необходимо:
• думать, что и как предложить при каждом контакте с клиентом;
• делать конкретные предложения;
• предлагать несколько вариантов, чтобы гостя не покидало чувство свободы выбора;
• говорить отчетливо и с энтузиазмом, используя привлекательные и аппетитные эпитеты;
• держаться уверенно, с улыбкой;
• задавать вопросы (это поможет гостям сосредоточиться на меню во время заказа).

Предлагающая продажа основывается на хорошем знании продукта (основные ингредиенты, из которых готовятся блюда и напитки; способ приготовления и сервировки блюд или напитков; что дополнительно к ним можно порекомендовать; цена).

Источник: https://studme.org/65776/turizm/obsluzhivanie_pitaniem_nomerah_room_service

Взаимодействие с аудиторией:

1. Состав службы обслуживания в номерах в гостинице.
2. Роль службы обслуживания в номерах в успехе работы ресторана.
3. Стандарты работы службы обслуживания в номерах.
4. Специфика меню при организации работы службы обслуживания в номерах.

Тема 7.2 Технологии работы службы room service

Для эффективного использования техники продаж, важно:
• рекомендовать наиболее часто заказываемые гостями блюда и напитки;
• иметь в виду, что все люди имеют разные вкусы;
• если гость спрашивает вас о блюде, которое вы не любите, лучше всего не выражать своего негатива;

• не проецировать ваши собственные вкусы на гостей, быть всегда позитивным, описывая блюда, напитки;

• если гость долго не может сделать выбор, то предпочтительны специфические рекомендации – важно определить вкусовые предпочтения гостя (рыба или мясо, белое или красное вино), затем рекомендовать одно-два наименования из этой категории;

• гостям, которые спешат, необходимо предлагать блюда, требующие меньше времени для приготовления;

• гостям, которые придерживаются диеты, необходимо предлагать менее жирную, менее калорийную пишу;

• принимать в расчет погодные условия, время дня;

• если затрудняетесь ответить на вопрос гостя, не придумывайте ответ, поинтересуйтесь на кухне или у менеджера.

В предлагающей продаже применяются:

• прямые рекомендации ("Я могу порекомендовать?..", "Могу ли я предложить?..", "Вы предпочитаете?..", "Вы бы хотели?..", "Могу ли я посоветовать Вам?..");

• косвенные рекомендации ("Мы получаем прекрасные отзывы о...", " Одно из самых популярных блюд...", "Это самое любимое блюдо от шеф-повара", "Это не очень калорийное блюдо...");

• эпитеты (сочный, мягкий, воздушный, нежнейший, уникальный).

Источник:

https://studme.org/65776/turizm/obsluzhivanie_pitaniem_nomerah_room_service

Взаимодействие с аудиторией:

1. Технологии принятия заказа при работе room service.
2. Технологии приготовления блюд и напитков при работе room service.
3. Технологии доставки в номер при работе room service.

1. **Организация ресторанного дела**

2.**РАЗДЕЛ 8. Организация оказания дополнительных услуг в ресторане./ Тема 8.1 Структура дополнительных услуг в ресторане**

3. Цели занятия.

-Сформировать представление структуре дополнительных услуг в ресторане

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды дополнительных услуг в ресторане. Влияние концепции ресторана на структуру дополнительных услуг. Досуговые мероприятия в ресторане. Организация концертов в ресторане. Транспортные услуги ресторана. Информационные услуги ресторана. Ивент мероприятия в ресторане. Кейтеринг как дополнительная услуга ресторана.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Технологии взаимодействия ресторана с досуговыми организациями. Ценообразование дополнительных услуг ресторана. Продвижение дополнительных услуг ресторана.	Информационная лекция Обзорная лекция

	Влияние портрета потребителя на формирование спектра дополнительных услуг ресторана	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 8.1 Структура дополнительных услуг в ресторане

В определении понятия основных и дополнительных услуг отеля у теоретиков и практиков гостиничного бизнеса нет единства. Многие из них предлагают считать основными услугами услуги проживания и питания. Такая трактовка имеет смысл, учитывая общее историческое развитие этих видов услуг. Кроме того, в настоящее время большинство крупных отелей включают услугу питания (завтрак) в стоимость проживания как обязательную. Но вместе с тем существуют гостиницы, где услуги питания не предлагаются вообще.

Некоторые исследователи и практики гостиничного дела считают основными услугами отеля те, которые предоставляются в нем бесплатно, что зачастую зависит от назначения конкретного отеля. Так, в туристических отелях могут бесплатно предоставляться некоторые бытовые услуги, в рекреационных учреждениях – услуги проката спортинвентаря, пользование сауной, бассейном и тому подобное. Но такая трактовка не позволяет разработать единый подход к классификации услуг, оставляя ее на уровне каждого конкретного гостиничного предприятия. Поэтому наиболее целесообразным является научный подход, который определяет основной услугой отеля проживание, а все остальные относит к составу дополнительных.

Количество дополнительных гостиничных услуг в отеле может быть очень большим, а их ассортимент – разнообразным. Это зависит от уровня комфорта отеля и одновременно определяет его классность. Повышение уровня гостиничного сервиса предполагает, с одной стороны, расширение видов, ассортимента, с другой – совершенствование форм их предоставления.

Дополнительные услуги гостиничного предприятия можно классифицировать по цели удовлетворения потребностей гостя, частотой спроса, экономическому признаку, по форме организации их предоставления.

По цели удовлетворения потребностей гостя на первое место следует поставить услуги питания – от обычного буфета на этаже и организации завтраков, к развитой системе общепита, в том числе, развлекательного (рестораны, кафе, бары, винные погреба, варьете и т.д.).

На втором месте – услуги бытового характера, которые предоставляет гостиница в соответствии с потребностями гостя. Они включают стирку и глажку, чистку и мелкий ремонт одежды гостя, хранения его вещей, прокат необходимого инвентаря, замену постельного белья и тому подобное.

Далее – услуги культурного и спортивно-оздоровительного характера, услуги связи и информации, транспортные, торговые, медицинские, банковские и др. Конечно, такое разделение услуг является несколько условным. Одни и те же услуги можно отнести к разным видам. Так, например, вызов такси – к транспортным или бытовым услугам, представление питания в номер – к услугам питания или бытовым и т. п.

По частоте спроса можно выделить услуги стандартные, услуги расширенного спроса и уникальные. Стандартные услуги предоставляются практически в каждом отеле и не зависят от его специализации и классности. Это такие услуги как стирка белья гостя, доставка корреспонденции, хранения вещей в камере хранения и тому подобное. Услуги расширенного спроса часто зависят от назначения гостиницы. Так, в туристических отелях спросом могут

пользоваться услуги экскурсионного характера, в бизнес-отелях – прокат автомашины, аренда конференц-зала, услуги быстрой связи и т. п. Уникальные услуги характерные для конкретного отеля и обычно являются частью политики гостиничной концептуализации (например, экологические продукты из собственного хозяйства и вода из собственных скважин; прогулка по морю на катере, принадлежавшему известной исторической личности и т. п.).

Источники:

https://studmir.com/sushhnost-i-vidy-dopolnitelnyh-gostinichnyh-uslug/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Виды дополнительных услуг в ресторане.
2. Влияние концепции ресторана на структуру дополнительных услуг.
3. Досуговые мероприятия в ресторане.

Тема 8.2 Технологии оказания дополнительных услуг в ресторане

По экономическому признаку дополнительные гостиничные услуги подразделяются на бесплатные, платные и комплиментарные. Перечень бесплатных услуг определяется Правилами пользования гостиницей. Практически во всех отелях мира на безвозмездной основе предоставляются услуги побудки гостя в определенное время, доставка ему корреспонденции, вызов скорой помощи и пользование гостиничной аптечкой, предоставление в номер кипятка, ниток и иголок для мелкого ремонта и т. п.

В определении ассортимента платных услуг гостиница руководствуется существующими стандартами, учитывая назначение и класс предприятия. Перечень платных услуг должен доводиться до сведения гостя через рекламу отеля, помещаться в рекламно-информационных материалах в номерах. Комплиментарные услуги не входят в перечень бесплатных услуг отеля, хотя и не оплачиваются гостем. Такие услуги используются гостиницей для демонстрации гостю повышенного внимания и предоставляются с определенной целью, чаще всего — сделать рекламу отеля, удержать гостя среди постоянных клиентов. Приветственные напитки, конфета или шоколадка на ночь возле кровати, анимационная программа на встречу-проводы гостя является проявлением политики гедонизации отдыха и способствуют созданию положительного имиджа отеля в глазах клиента.

По форме организации предоставления услуг в гостинице выделяют услуги, предоставляемые непосредственно гостиницей или туристическим комплексом, услуги предприятий, арендующих помещения и площади в отеле, и услуги предприятий, предоставляемых ими на основании договора, заключенного с отелем. В свою очередь услуги, предоставляемые отелем напрямую, включают такие, которые предоставляются на основе самообслуживания, автоматики, собственно работниками отеля (в том числе на жилом этаже и в номерах, а также посреднические услуги) и предприятиями, входящими в состав гостиничного комплекса.

Все чаще в гостиницах внедряются услуги, предоставляемые на основе автоматизации: автоматизированные камеры хранения; автоматы для продажи газет, напитков и кондитерских изделий, для приготовления кофе, чая и других горячих напитков, соков; автоматическая чистка обуви; автоматизированная система побудки гостя; автоматические утюги и гладильные доски и др. Существуют гостиницы, где автоматизирована большая часть, как основных, так и дополнительных услуг. Но в гостиницах высоких категорий преимущество предоставляется участию персонала в обслуживании гостя.

В последнее время наблюдается также тенденция максимизации обслуживания гостя на жилом этаже и в номере. Так, гость, не выходя за пределы своего номера, может получить

большое количество услуг как на основе самообслуживания – пользование чайником и кофеваркой, холодильником, микроволновой печью, телевизором, факсом, компьютером с выходом в Интернет и т.п., так и с участием обслуживающего персонала – свежая пресса в номер, чистка обуви, выставленной на ночь перед номером, и т. д. Стоимость большинства таких услуг входит в стоимость номера, но есть и такие, которые предоставляются на платной основе.

Источники:

https://studmir.com/sushhnost-i-vidy-dopolnitelnyh-gostinichnyh-uslug/

Взаимодействие с аудиторией:

1. Технологии взаимодействия ресторана с досуговыми организациями.
2. Ценообразование дополнительных услуг ресторана.
3. Продвижение дополнительных услуг ресторана.
4. Влияние портрета потребителя на формирование спектра дополнительных услуг ресторана.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Организация ресторанного дела/ Раздел 1. Организация работы ресторана как предприятия общественного питания

2.Цели занятия:

- Сформировать представление об основах разработки и реализации бизнес-планов в организациях сферы гостеприимства, в частности в санаторно-оздоровительных организациях

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация предприятий питания. Состав и особенности оказания услуг ресторана. Состав ресторанной службы: зал и кухня. Состав производственных помещений ресторана.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Ресторан как атмосферное место. Виды концепций ресторана. Портрет потребителя ресторана в зависимости от концепции. Кухня ресторана как отражение его концепции. Интерьер ресторана как отражение его концепции.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1: Организация работы ресторана как предприятия общественного питания

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 1:

1. Состав и особенности оказания услуг ресторана.
2. Состав производственных помещений ресторана.
3. Ресторан как атмосферное место.
4. Портрет потребителя ресторана в зависимости от концепции.
5. Кухня ресторана как отражение его концепции.
6. Интерьер ресторана как отражение его концепции.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Классификация предприятий питания.
2. Состав ресторанной службы: зал и кухня.
3. Виды концепций ресторана.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2: Технологии работы ресторана

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Роль программного обеспечения в успехе ресторана.
2. Виды программного обеспечения в ресторане.
3. MICROS.
4. R-Keeper.
5. Iiko.
6. Сравнительная характеристика программных продуктов для ресторана.
7. Стандарты обслуживания в ресторане.
8. Технологии работы с жалобами клиентов ресторана.
9. Технологии продаж в ресторане.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Технологии встреч и проводов в ресторане.
2. Технологии приема заказа в ресторане.
3. Технологии проведения расчета в ресторане.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия 3: *Организация питания «шведский стол»*

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 3:

1. Состав персонала шведской линии.
2. Закуски на шведской линии.
3. Горячие блюда на шведской линии.
4. Каши на шведской линии.
5. Йогурты и молочные продукты на шведской линии.
6. Приготовление блюд в зале на шведской линии: блины, омлет и прочее.
7. Холодные напитки на шведской линии.
8. Горячие напитки на шведской линии.
9. Выпечка на шведской линии.
10. Национальные продукты на шведской линии.
11. Прочие компоненты шведской линии.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Оборудование для работы шведского стола.
2. Технологии пополнения блюд шведской линии.
3. Экономическая эффективность использования шведской линии в ресторане как формы обслуживания.
4. Технологии обслуживания на шведской линии.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия 4: Бизнес-ланч как форма обслуживания табльдот в ресторане

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 4:

1. Технологии приготовления блюд при форме обслуживания табльдот.

2. Портрет потребителя ресторана при форме обслуживания табльдот.
3. Ценообразование при форме обслуживания табльдот.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Состав бизнес-ланча.
2. Функции сотрудников ресторана, работающих на бизнес-ланче.
3. Сервировка стола на бизнес-ланче.
4. Особенности продаж услуг бизнес-ланча рестораном.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5

Тема практического занятия 5: Банкетное обслуживание в ресторане
Форма практического задания: реферат
Перечень тем рефератов к темам раздела 5:

1. Состав банкетной службы ресторана.
2. Организация банкета в ресторане.
3. Меню ресторана при организации банкетного обслуживания.
4. Виды банкетов в ресторане.
5. Банкет-коктейль.
6. Банкет-чай. Фуршет.
7. Банкет как протокольное мероприятие.
8. Ценообразование банкета.
9. Технологии оказания дополнительных услуг при банкетном обслуживании.
10. Блюда и напитки при обслуживании на банкете.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5
форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Технологии приема заказа на банкет.
2. Технологии обслуживания во время банкетов.
3. Состав меню банкета.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6

Тема практического занятия 6: Обслуживание в ресторане по меню
Форма практического задания: реферат
Перечень тем рефератов к темам раздела 6:

1. Обслуживание в ресторане «а ля карт».
2. Концепция меню в продаже услуг ресторана.
3. Влияние кухни ресторана на состав меню.
4. Состав холодных закусок в меню.
5. Состав салатов в меню.
6. Состав горячих закусок в меню.
7. Состав супов в меню ресторана.
8. Состав горячих блюд в меню ресторана.
9. Состав десертов в меню ресторана.
10. Винная карта ресторана.
11. Состав горячих напитков в меню.
12. Состав безалкогольных холодных напитков в меню ресторана.
13. Блюда от шефа и специальное меню в ресторане.
14. Детское меню в ресторане.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6
форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Технология принятия заказа по меню.
2. Технология принятия заказа.
3. Технология подачи блюд в процессе обслуживания.
4. Технология продаж блюд и напитков при обслуживании «а ля карт».
5. Технология расчета с гостем.
6. Электронное меню в ресторане.
7. Приложение ресторана как форма взаимодействия с клиентом ресторана.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 7

Тема практического занятия 7: Система обслуживания в номерах в гостиничном бизнесе

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 7:

1. Состав службы обслуживания в номерах в гостинице.
2. Роль службы обслуживания в номерах в успехе работы ресторана.
3. Стандарты работы службы обслуживания в номерах.
4. Специфика меню при организации работы службы обслуживания в номерах.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Технологии принятия заказа при работе room service.
2. Технологии приготовления блюд и напитков при работе room service.
3. Технологии доставки в номер при работе room service.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 8

Тема практического занятия 8: Организация оказания дополнительных услуг в ресторане

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 8:

1. Виды дополнительных услуг в ресторане.
2. Влияние концепции ресторана на структуру дополнительных услуг.
3. Досуговые мероприятия в ресторане.
4. Организация концертов в ресторане.
5. Транспортные услуги ресторана.
6. Информационные услуги ресторана.
7. Ивент мероприятия в ресторане.
8. Кейтеринг как дополнительная услуга ресторана.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8: **форма рубежного контроля – контрольная работа**

1. Технологии взаимодействия ресторана с досуговыми организациями.
2. Ценообразование дополнительных услуг ресторана.
3. Продвижение дополнительных услуг ресторана.
4. Влияние портрета потребителя на формирование спектра дополнительных услуг ресторана.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Функции туристской анимации, типология, виды и специфика анимационных программ	
Тема 1.1. Гостиничные анимационные услуги и программы	Особенности и значение гостиничной анимации. Гостиничные анимационные услуги и программы. Структура анимационной службы. Модель специалиста службы анимации
Тема 1.2. Понятие «технология создания анимационных программ». Технология создания анимационных программ	Понятие «технология создания анимационных программ» .Композиционное построение сценарного материала в анимационных программах. Монтаж как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ.
Раздел 2. Концепция event	
Тема 2.1. Понятие «event - менеджмент»	Отрасли права: частное право, уголовное и административное право, государственное право. Правовые отношения в event - менеджменте. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия,

	предварительной продажи билетов. Страхование. Защита молодежи
Тема 2.2. Маркетинг в event - менеджменте	Планирование маркетинга, контроллинг (контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП), работа с информацией. Подбор персонала и партнеров
Раздел 3. Правовые вопросы и риски организации мероприятия	
Тема 3.1. Правовые отношения в event - менеджменте	Социальная полезность, культурная значимость, культурно досуговая деятельность
Тема 3.2. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски	Понятие инноваций, новшеств, диверсификации, проектной деятельности, эффективности. Экономический эффект и экономическая эффективность
Раздел 4. Социально-ориентированная экономическая модель культурно-досуговой деятельности	
Тема 4.1. Социальная полезность, культурная значимость анимации	Профессия аниматора. Специфика работы аниматора в условиях санатория. Специфика работы аниматора с детьми дошкольного возраста
Тема 4.2. Культурно досуговая деятельность	Особенности работы аниматора с молодежными коллективами. Работа аниматоров в ресторанном бизнесе. Реклама анимационных программ.
Раздел 5. Инновационные элементы в организации анимационно-досуговых программ в гостиничных комплексах. Эффективность анимационной деятельности	
Тема 5.1. Инновации в анимационных программах	Анимационные программы в курортных отелях Турции (Египта, Испании, Болгарии, Греции, России). Ценовая политика на рынке анимационных услуг.
Тема 5.2. Эффективность анимационной деятельности	Безопасность в сфере туризма. Безопасность в сфере гостеприимства. Безопасность при организации массовых анимационных мероприятий

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной

форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг –

форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и

отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Функции туристской анимации, типология, виды и специфика анимационных программ

Тема 1.1. Гостиничные анимационные услуги и программы

Вопросы для самоподготовки:

1. Экстремальные развлечения в современном мире.
2. Спортивные праздники в истории туризма.
3. Шоу-музеи как культурно-рекреационные объекты познавательного и развлекательного туризма.
4. Особенности семейных досуговых программ.

Тема 1.2. Понятие «технология создания анимационных программ». Технология создания анимационных программ

Вопросы для самоподготовки:

1. Организация карнавалов и фестивалей в России.
2. Особенности и значение гостиничной анимации.

3. Гостиничные анимационные услуги и программы.
4. Структура анимационной службы.
5. Модель специалиста службы анимации.

Раздел 2. Концепция event

Тема 2.1. Понятие «event - менеджмент»

Вопросы для самоподготовки:

Техники ивент-менеджмента.

1. Руководство сотрудниками, работа в команде, мотивация, коммуникация.
2. Техники принятия решений: метод практической ценности и таблица решений.
3. Креативные техники - мозговой штурм и морфологический метод.

Тема 2.2. Маркетинг в event - менеджменте

Вопросы для самоподготовки:

1. Вспомогательные средства event-менеджмента: регистратор проекта, протоколы, программное обеспечение, критерии, расчеты в таблицах, программы развития персонала, банк данных и др.
2. Назначение контрольных таблиц и цели их разработки в ивент-менеджменте.
3. Порядок разработки контрольных таблиц. Регистратор проекта.
4. Тейлоринг - степень детализации контрольных таблиц.

Раздел 3. Правовые вопросы и риски организации мероприятия

Тема 3.1. Правовые отношения в event - менеджменте

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event – мероприятия.
4. Области использования event – менеджмента
5. Понятие «event - менеджмент» (EM), его основное содержание.

Тема 3.2. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие инноваций, новшеств, диверсификации, проектной деятельности, эффективности
2. Экономический эффект и экономическая эффективность
3. Анимационный процесс, цели и задачи

Раздел 4. Социально-ориентированная модель культурно-досуговой деятельности

Тема 4.1. Социальная полезность, культурная значимость анимации

Вопросы для самоподготовки:

1. Профессия аниматора.
2. Специфика работы аниматора в условиях санатория.
3. Специфика работы аниматора с детьми дошкольного возраста

Тема 4.2. Культурно-досуговая деятельность

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности работы аниматора с молодежными коллективами.
2. Работа аниматоров в ресторанном бизнесе.
3. Реклама анимационных программ

Раздел 5. Инновационные элементы в организации анимационно-досуговых программ в гостиничных комплексах. Эффективность анимационной деятельности

Тема 5.1. Инновации в анимационных программах

Вопросы для самоподготовки:

1. Анимационные программы в курортных отелях Турции (Египта, Испании, Болгарии, Греции, России).
2. Ценовая политика на рынке анимационных услуг.

Тема 5.2. Эффективность анимационной деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Безопасность в сфере туризма.
2. Безопасность в сфере гостеприимства.
3. Безопасность при организации массовых анимационных мероприятий.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Функции туристской анимации, типология, виды и специфика анимационных программ

Тема 1.1. Гостиничные анимационные услуги и программы

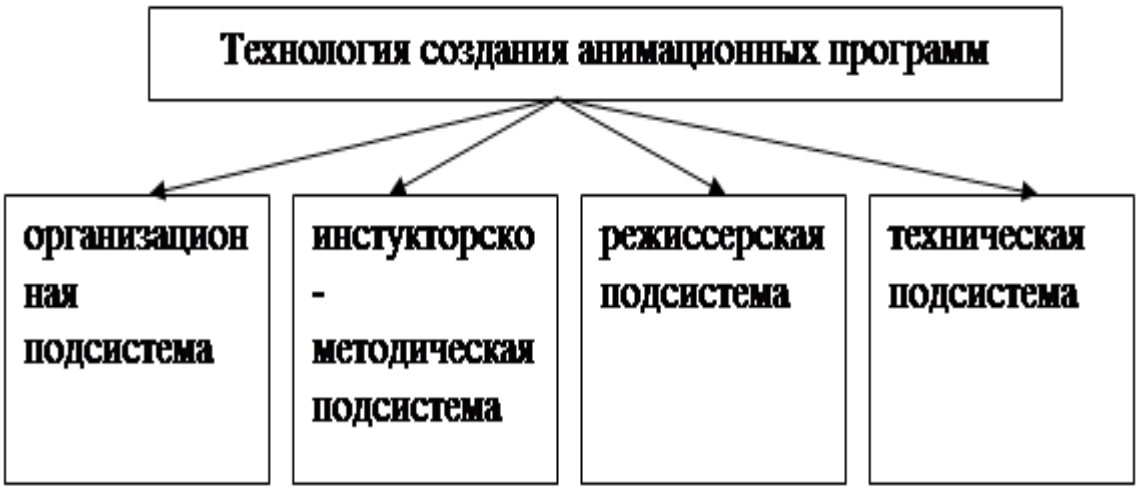
Источник: https://bstudy.net/604211/turizm/upravlenie_animatsionnoy_deyatelnostyu_sfere_gostepriimstva

Тема 1.2. Понятие «технология создания анимационных программ». Технология создания анимационных программ

Источник: https://ppt-online.org/537201

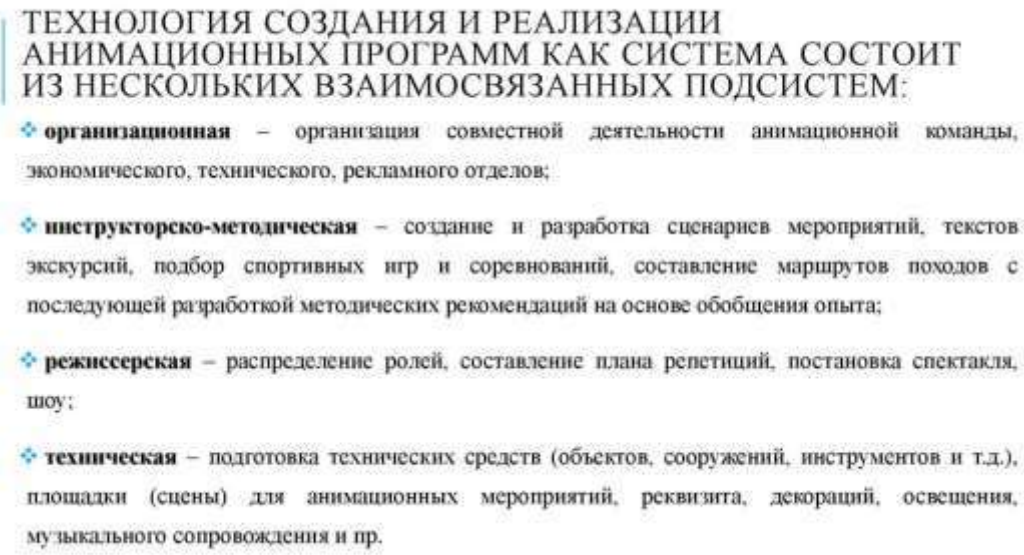
Раздел 2. Концепция event

Тема 2.1. Понятие «event - менеджмент»



Источник: https://lektsii.org/10-73611.html

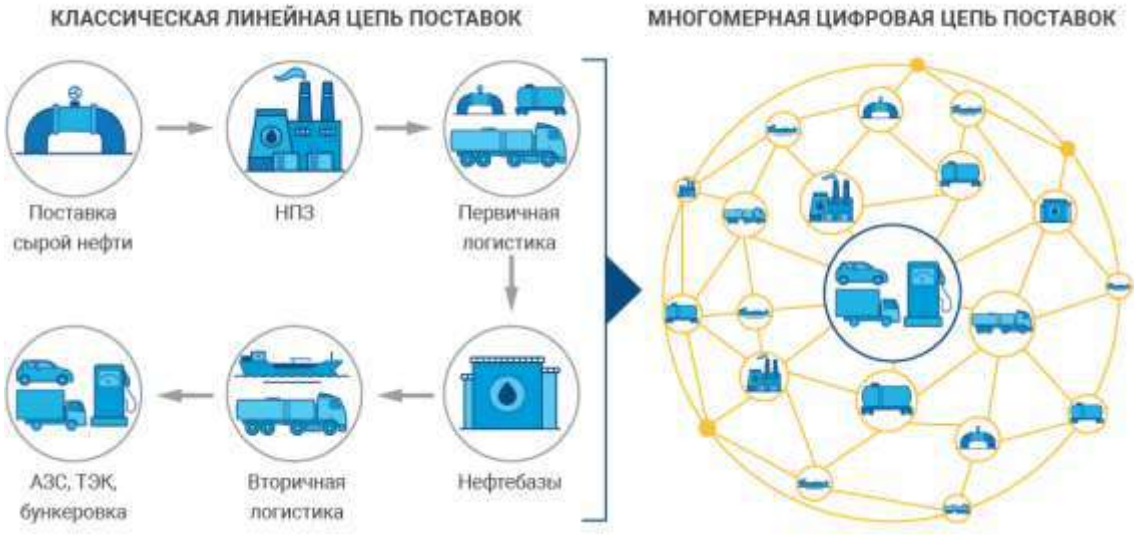
Тема 2.2. Маркетинг в event – менеджменте



Источник: https://ppt-online.org/373351

Раздел 3. Правовые вопросы и риски организации мероприятия

Тема 3.1. Правовые отношения в event – менеджменте



Источник:https://diplomof.ru

Тема 3.2. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски

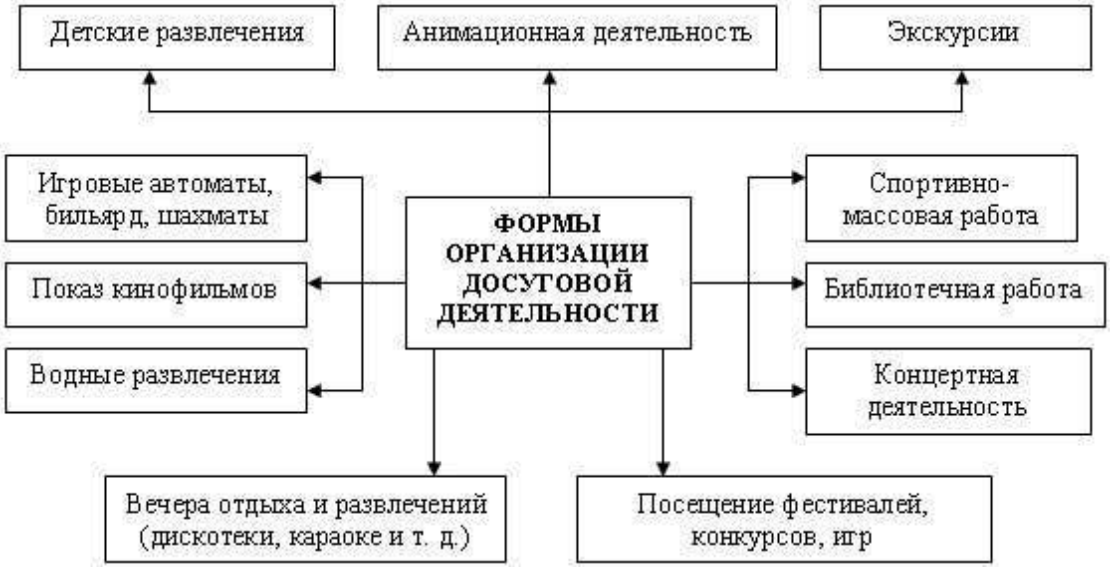
Источник: https://rud.exdat.com/docs/index-790817.html

Раздел 4. Социально-ориентированная модель культурно-досуговой деятельности

Тема 4.1. Социальная полезность, культурная значимость анимации

Источник:https://myslide.ru/presentation/1597465539_zakupochnaya-logistika

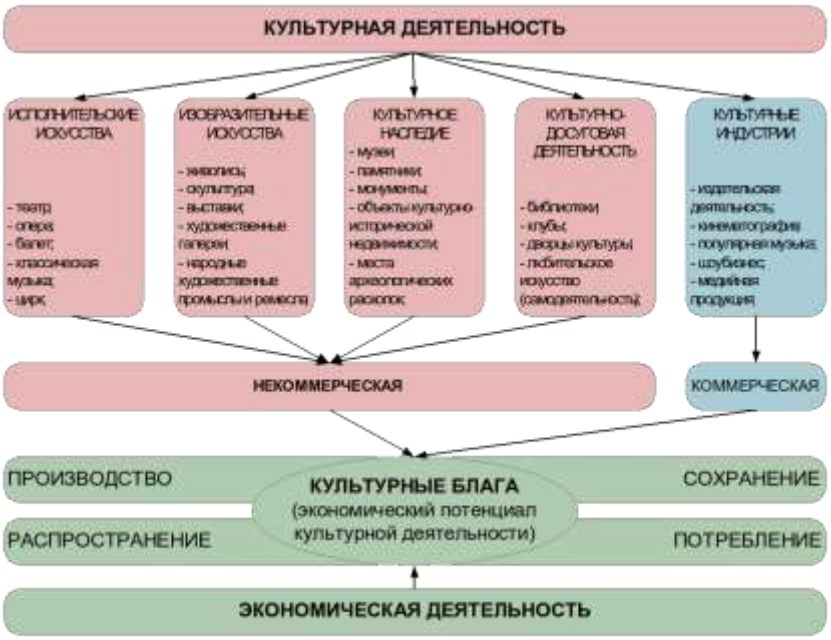
Тема 4.2. Культурно-досуговая деятельность



Источник: https://fasad-s.ru/byudzhetnoe-pravo/3244-plan-meropriyatiy-po-okhrane-truda-obrazec-2022.html

Раздел 5. Инновационные элементы в организации анимационно-досуговых программ в гостиничных комплексах. Эффективность анимационной деятельности

Тема 5.1. Инновации в анимационных программах



Источник: https://theslide.ru/uncategorized/kulturno-dosugovaya-deyatelnost-i-eyo-mesto

Тема 5.2. Эффективность анимационной деятельности

Источник: https://studfile.net/preview/1669541/page:5/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам

помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать

комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению

преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 1. Функции туристской анимации, типология, виды и специфика анимационных программ

Тема 1.1. Гостиничные анимационные услуги и программы

Изучить особенности и значение гостиничной анимации

- Сформировать представление о гостиничных анимационных услугах и программах

- Раскрыть основные положения структуры анимационной службы

- Изучить модель специалиста службы анимации

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности и значение гостиничной анимации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Гостиничные анимационные услуги и программы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Структура анимационной службы. Модель специалиста службы анимации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Программное анимационное воздействие на человека во время его отдыха в той или иной мере способствует сохранению и восстановлению его здоровья: соматического, физического, психического, нравственного.

Эти компоненты здоровья и определяют соответствующую условную типологию направлений и программ туристской анимации:

Первый тип - спортивные, спортивно-оздоровительные, спортивно-развлекательные программы.

Второй тип - зрелищно-развлекательные, приключенческо-игровые программы.

Третий тип - познавательные, спортивно-познавательные, культурно-познавательные, экскурсионные, обучающие, любительские и творческо-трудовые программы. Для каждого из этих направлений можно выделить характерные формы анимационной деятельности.

Четвертый тип - комплексные программы, комбинированные из однородных программ.

Спортивные анимационные программы предназначены для туристов, увлекающихся тем или иным видом спорта и приехавших в спортивно-туристский комплекс для занятий спортом по определенной системе тренировок в сочетании с отдыхом.

Спортивно-оздоровительные программы отличаются от спортивных тем, что они рассчитаны на туристов, любителей спорта и активного отдыха, для которых туркомплекс - это единственное место и возможность восстановления сил и здоровья через активные физическое нагрузки в условиях чистой природы и чистого воздуха.

Спортивно-развлекательные программы ориентированы на туристов любого возраста. Они строятся на вовлечении туристов в активное движение через заманчивые, увлекательные, веселые конкурсы и безобидные состязания.

Спортивно-познавательные программы строятся на приобщении туристов к духовно-нравственным ценностям в процессе активного отдыха (походы, пешеходные экскурсии).

Экскурсионные программы составляются из различных видов экскурсий, а обучающие программы помогают туристам приобрести различные умения и навыки (в плавании и других различных видах спортивных занятий, ремесел).

Культурно-познавательные анимационные программы туркомплекса строятся на приобщении туриста к культурно-историческим и духовным ценностям нации, страны, местного населения и включают: посещение музеев, театров, кинотеатров, художественных галерей, парков, выставок, национальных фольклорных мероприятий, концертов, вечеров поэзии, встреч с известными деятелями культуры. Некоторые из этих программ зависимы от платежеспособности туристов, уровня их интеллектуального развития.

Приключенческо-игровые анимационные программы строятся на соприкосновении туриста с интересным, волнующим, необычным (например, участие в ролевых играх и конкурсах, посещении пещер, пиратской вылазке, вечере народных преданий и легенд, ночном походе, ночном спуске на горнолыжном курорте, в тематическом пикнике). Эти программы имеют спрос независимо от возраста, пола, национальности, образования отдыхающих.

Любительские (творческо-трудовые) анимационные программы строятся на привлечении туристов к творчеству, сотворчеству, состязанию в изготовлении местных поделок, что вызывает у них интерес к национальным особенностям местного населения. После участия в такой программе гость отмечает, что он научился общению на местном национальном языке, познакомился с национальными музыкальными инструментами, танцами, кухней и т. д. Формы проведения этих программ могут быть самыми разнообразными: аукцион поделок из природных материалов, конкурс любительской фотографии, фестиваль авторских стихов и песен, концерт вокальных и инструментальных исполнителей, выставка детского рисунка, песочной скульптуры и т. д.

Зрелищно-развлекательные анимационные программы включают: праздничные мероприятия, конкурсы, фестивали, карнавалы, тематические дни, ярмарки, дискотеки, танцевальные вечера, концерты художественной самодеятельности и т. д.

Анимационные программы типа «общение по интересам» являются по сути дела комбинациями из упомянутых программ, однако здесь необходимо уделить больше внимания

той непринужденной, ненавязчивой, комфортной обстановке, которая располагала бы к общению соответственно интересам, желаниям, темпераментам, национальностям и т. д. Для этого необходим хороший аниматор - «затравщик», катализатор такого общения. При разработке этих программ ставятся, в частности, следующие цели:

- удовлетворение потребности самовыражения;
- поощрение туристов (гостей, отдыхающих) в развитии своих умений;
- направление развлечений и навыков в созидательное русло;
- избавление от ежедневных проблем и стрессов;
- изменение имиджа и расслабление напряжения;
- приобретение дополнительных знаний в области культуры.

Для того чтобы удовлетворить потребности гостей разных национальностей, возрастов, достатков и возможностей (физических, интеллектуальных и т. д.), программы анимации должны меняться на протяжении всего сезона по содержанию, интенсивности, времени проведения и по другим параметрам.

Анимационные программы в значительной мере зависят от размера отеля, его месторасположения, функциональной ориентации, имеющихся возможностей (в том числе по спектру оказываемых дополнительных услуг), а также от профессионализма и степени универсальности тураниматоров, от их таланта,

Качество и объем выполняемых анимационных программ в туркомплексах, отелях определяются в существенной степени наличием требуемого персонала и в целом - эффективностью анимационного менеджмента.

В небольшом отеле анимационными программами может заниматься один человек - менеджер туранимации, в туркомплексе среднего размера - отдел (служба) туранимации, а в крупных курортных и клубных туркомплексах - специализированные анимационные центры (центры досуга).

Источник: https://studfile.net/preview/4113519/page:21/

Вопросы к обсуждению:

1. Типология направлений и программ туристской анимации
2. Спортивно-оздоровительные программы
3. Экскурсионные программы
4. Анимационные программы

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. РАЗДЕЛ 1. Функции туристской анимации, типология, виды и специфика анимационных программ

Тема 1.2. Понятие «технология создания анимационных программ». Технология создания анимационных программ

3. Цели занятия.

-изучить понятие «технология создания анимационных программ»

- сформировать представление о композиционном построении сценарного материала в анимационных программах

- Раскрыть положение о монтаже как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие «технология создания анимационных программ»	Информационная лекция

		Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Композиционное построение сценарного материала в анимационных программах.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Монтаж как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Рассмотрим технологию создания анимационных программ. Под технологией создания анимационных программ понимается комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств (объектов, сооружений, инструментов и приспособлений).

Это сложный и многоплановый процесс, поскольку решает следующие задачи: создание анимационных программ, экономический просчет стоимости каждой программы, их реализацию и, наконец, творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с последующим анализом. Данный технологический процесс представляет собой целостную систему, в которой взаимодействуют все компоненты[10].

Технология создания и реализации анимационных программ, как система состоит из нескольких взаимосвязанных подсистем. Рассмотрим каждую из них:

Организационная - организация совместной деятельности анимационной команды, экономического, технического, рекламного отделов;

Инструкторско-методическая - создание и разработка сценариев мероприятий, текстов экскурсий, подбор спортивных игр и соревнований, составление маршрутов походов с последующей разработкой методических рекомендаций на основе обобщения опыта;

Режиссерская - распределение ролей, составление планов репетиций, постановка спектакля, шоу;

Техническая - подготовка технических средств (объектов, сооружений, инструментов и т.д.), площадки (сцены) для анимационных мероприятий, реквизита, декораций, освещения, музыкального сопровождения и пр.

Все подсистемы составляют систему технологии, которая служит основанием функционирования анимационной службы. Анимационная деятельность - это реальный и совершенно особый мир с присущими только ему правилами действия, которые совершают

профессионалы, чтобы включить в процесс их совершения как можно больше людей. Здесь существуют свои специфические закономерности функционирования анимационной деятельности.

Технологический процесс создания анимационных программ включает следующие элементы:

- объект деятельности - обслуживаемые туристы, население (группы и отдельные личности

Источник: https://allrefrs.ru/4-17797.html#:~:text=Под%20технологией%20создания%20анимационных%20программ,анимационных%20мероприятий%20с%20последующим%20анализом

Вопросы к обсуждению:

1. Технология создания анимационных программ
2. Элементы технологического процесса по созданию анимационных программ
3. Основные этапы технологического процесса при подготовке и проведении анимационных программ

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 2. Концепция event

Тема 2.1. Понятие «event - менеджмент»

3. Цели занятия.

- изучить контроллинг в event-менеджменте
- Раскрыть положение о подборе персонала и партнеров

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Планирование ивент мероприятий, контроллинг (контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП)	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Работа с информацией	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Подбор персонала и партнеров	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Event-логистика - это деятельность по планированию, контролю, хранению и управлению материальными и нематериальными потоками, выполняемыми в процессе организации специальных мероприятий. Сюда также входит передача, хранение и обработка информации. При планировании материально-технического обеспечения любого мероприятия должны учитываться аспекты каждой индивидуальной программы события и места проведения.
Логистика включает все виды деятельности, обеспечивающие поступление продуктов (товаров, услуг) в нужное время и в нужное место. Event-логистика охватывает все действия, необходимые для того, чтобы обеспечить слаженное и бесперебойное проведение event-мероприятий. Сюда, наряду с надлежащим обеспечением питанием, относятся также и поданный по расписанию пригородный автобус, и вовремя опорожненный мусорный бак. Таким образом, логистика охватывает различные виды материальных, информационных и кадровых потоков.

От логистики требуется, чтобы она готовила материалы (продукты, товары), персонал, обслуживание и информацию к поступлению:

- в нужное время;
- в нужное место;
- в правильной очередности;
- надлежащего качества;
- по подходящей цене.

Хотя результаты всех этих действий различны, все же их организационные задачи имеют много общего. По каждой позиции следует позаботиться о том, чтобы поставка была обеспечена к строго намеченному времени. Поскольку процесс должен функционировать четко и бесперебойно, требуется тщательно спланированное квалифицированное обслуживание.

Источник*:* https://www.sostav.ru/columns/evmark/2007/
http://www.univer5.ru/menedzhment/event-menedzhment/4.-logistika

Вопросы к обсуждению:

1. Подбор персонала и партнеров
2. Планирование материально-технического обеспечения мероприятия

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 2. Концепция event

Тема 2.2. Маркетинг в event - менеджменте

3. Цели занятия.

- изучить маркетинг в event-менеджменте

Руководство сотрудниками, работа в команде, мотивация, коммуникация.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Маркетинг ивент мероприятий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Креативные техники - мозговой штурм и морфологический метод. Вспомогательные средства event-менеджмента: регистратор проекта, протоколы, программное обеспечение	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Назначение контрольных таблиц и цели их разработки в ивент-менеджменте.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Event-логистика - это деятельность по планированию, контролю, хранению и управлению материальными и нематериальными потоками, выполняемыми в процессе организации специальных мероприятий.

Ниже мы рассмотрим прежде всего ведущую и характерную для event тему продовольственного снабжения, а затем перейдем к обсуждению логистики в целом, отдельно коснувшись вопросов транспортировки и готовности предоставить по первому требованию товары, людей и энергию.
Первый из них - это информация и способы ее структуризации. Да, суть управления различными потоками в рамках работ по проведению специального мероприятия - это скорее неизбежные переговоры (с подрядчиками, персоналом и так далее) и обязательный контроль, но в то же время именно наличие необходимой информации в правильно структурированном виде - это один из залогов успеха.

Что же касается непосредственно сути той информации, которая нам понадобится, то, понятное дело, есть множество различных вариантов, но, как бы то ни было, перечень самых важных моментов выглядит следующим образом: список ключевых в рамках работ по проведению специального мероприятия событий/точек, от которых, в конечном счете, зависит, запустится наш проект или нет (в качестве примера: доставка оборудования, производство раздаточных материалов, рассылка приглашений и так далее);

 список всех без исключения сторонних компаний и частных лиц (подрядчиков, поставщиков, партнеров) с указанием активностей внутри специального мероприятия, в которых они принимают участие, и контактных данных;

 список всех сотрудников компании, тем или иным образом задействованных в организации нашего специального мероприятия, с перечислением их обязанностей и участков, за которые они несут ответственность;

 кроме того, как показывает практика, очень полезно всегда иметь под рукой бюджет проекта, в котором прописаны все расходы, вплоть до транспортных расходов наших менеджеров.
Источник*:* https://www.sostav.ru/columns/evmark/2007/
http://www.univer5.ru/menedzhment/event-menedzhment/4.-logistika

Вопросы к обсуждению:

1. Планирование маркетинга
2. Креативные техники - мозговой штурм и морфологический метод.
3. Вспомогательные средства event-менеджмента: регистратор проекта, протоколы, программное обеспечение

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ
2. Раздел 3. Правовые вопросы и риски организации мероприятия
Тема 3.1. Правовые отношения в event - менеджменте
3. Цели занятия.
-изучить отрасли права
- Раскрыть положение о страховании

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность event - мероприятия, его характеристики.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Этапы планирования event – мероприятия. Области использования event – менеджмента	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Статьей 31 Конституции Российской Федерации закреплено право граждан Российской Федерации собираться мирно, без оружия, проводить собрания, митинги и демонстрации, шествия и пикетирование. В целях реализации указанного конституционного права в Российской Федерации издан Федеральный закон от 19 июня 2004 г. № 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» (далее - Закон), которым определен порядок организации и проведения публичных мероприятий.

Указанный Федеральный закон определяет публичное мероприятие как открытую, мирную, доступную каждому, проводимую в форме собрания, митинга, демонстрации, шествия или пикетирования либо в различных сочетаниях этих форм акцию, осуществляемую по инициативе граждан Российской Федерации, политических партий, других общественных объединений и религиозных объединений, в том числе с использованием транспортных средств.

Сущность публичного мероприятия заключается в добровольном осуществлении гражданином законных акций и иных мероприятий, целью которых является привлечение внимания на проблемы, имеющиеся в его жизни или жизни определенных слоев общества, коллектива. Важным требованием порядка проведения публичных мероприятий граждан является совершение действий и поступков, не выходящих за рамки дозволенного и не нарушающих права других лиц. Мероприятие должно проходить мирно и без использования оружия, что является основополагающим конституционным требованием для реализации права каждого на публичные мероприятия.

Организатором публичного мероприятия могут быть один или несколько граждан Российской Федерации (организатором демонстраций, шествий и пикетирований - гражданин Российской Федерации, достигший возраста 18 лет, митингов и собраний - 16 лет), политические партии, другие общественные объединения и религиозные объединения, их региональные отделения и иные структурные подразделения, взявшие на себя обязательство по организации и проведению публичного мероприятия. Организатором массового мероприятия в органы исполнительной власти субъекта РФ или орган местного самоуправления в письменной форме подается уведомление о проведении публичного мероприятия (за исключением собрания и пикетирования, проводимого одним участником) в срок не ранее 15 и не позднее 10 дней до дня массовой акции. При проведении пикетирования группой лиц уведомление может подаваться в срок не позднее трех дней до дня его проведения.

Источник: https://гатчина.78.мвд.рф/document/23464671

Вопросы к обсуждению:

1. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event - мероприятия

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 3. Правовые вопросы и риски организации мероприятия

Тема 3.2. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски

3. Цели занятия.

- сформировать представление о финансовых рисках, эксплуатационных рисках, правовых рисках

- Раскрыть положение о страховании

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность event - мероприятия, его характеристики.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Этапы планирования event – мероприятия. Области использования event – менеджмента	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Публичные мероприятия имеют достаточно обширную область для реализации. К видам публичных мероприятий относят следующие:

демонстрация - организованное публичное выражение общественных настроений группой граждан с использованием во время передвижения, в том числе на транспортных средствах, плакатов, транспарантов и иных средств наглядной агитации;

собрание - совместное присутствие граждан в специально отведенном или приспособленном для этого месте для коллективного обсуждения каких-либо общественно значимых вопросов;

митинг - массовое присутствие граждан в определенном месте для публичного выражения общественного мнения по поводу актуальных проблем преимущественно общественно-политического характера;

пикетирование - форма публичного выражения мнений, осуществляемого без передвижения и использования звукоусиливающих технических средств путем размещения у пикетируемого объекта одного или более граждан, использующих плакаты, транспаранты и иные средства наглядной агитации, а также быстровозводимые сборно-разборные конструкции;

шествие - массовое прохождение граждан по заранее определенному маршруту в целях привлечения внимания к каким-либо проблемам.

Организация публичного мероприятия заключается в оповещении его возможных участников, и подаче уведомления о проведении публичного мероприятия в соответствующий орган исполнительной власти субъекта РФ или орган местного самоуправления, проведении предварительной агитации, изготовлении и распространении средств наглядной агитации, других действий, не противоречащих законодательству, совершаемых в целях подготовки и проведения публичного мероприятия.

Источник: https://гатчина.78.мвд.рф/document/23464671

Вопросы к обсуждению:

1. Области использования event - менеджмента
2. Понятие «event - менеджмент» (EM), его основное содержание.
3. Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 4. Социально-ориентированная модель культурно-досуговой деятельности

Тема 4.1. Социальная полезность, культурная значимость анимации

3. Цели занятия.

-изучить социальную полезность
- сформировать представление о культурной значимости
- Раскрыть положение о культурно досуговой деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Профессия аниматора.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Специфика работы аниматора в условиях санатория.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Специфика работы аниматора с детьми дошкольного возраста.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Правильно было бы говорить о демократическом и социальном государстве как некотором идеальном нормативе, к которому необходимо стремиться. Соответственно, этот норматив может рассматриваться как обязательный и для культурно-досуговой деятельности, способствующей его реализации. И здесь, конечно, особая роль принадлежит взаимодействию культурно-досуговых учреждений с различными гражданскими объединениями, структурами, движениями, способствующими продвижению общества в сторону демократического и социально ориентированного государства. Но это в свою очередь требует усиления социальной компоненты в культурно-досуговой деятельности.

В условиях переходного периода именно ориентация на решение социальных задач, способствующих формированию социально-ориентированного и демократического государства, должна составлять один из приоритетов культурно-досуговой деятельности. Соответственно, и сама эта деятельность должна оцениваться с позиций ее социальной эффективности. Причем «понятие социальной эффективности само по себе не несет в себе априорной положительной оценки рассматриваемого явления. Оно лишь указывает на то, что такое явление вызвало массовый интерес, стало массово привлекательным и объединило людей для совместных более или менее организованных действий. Соответственно, при оценке социокультурной политики для прояснения ее содержания категорию социальной эффективности следует дополнить такими понятиями как:

- — *социальная полезность,* под которой в данном случае понимаются все качества решения или его результата, способствующие повышению культурной компетенции членов общества, минимизации социальных напряжений и конфликтов, повышению качества жизни членов общества, включая социальные услуги;

— *культурная значимость,* под которой в данном *случае* понимаются все качества явления, события, политического решения, способствующие формированию новых элементов в отношениях людей с окружением или новых способов их организации, обеспечивающие людям больше возможностей контролировать опасные для них аспекты окружения»

В этой ситуации особая роль принадлежит досуговым и оздоровительным программам, организуемым, преимущественно, в клубных учреждениях, непосредственно работающих с различными группами населения. Между тем, роль клубных учреждений в решении социальных задач средствами культурной деятельности по-настоящему еще не осмыслена. Это отражается и на характере государственного финансирования в сфере культурной политики.

Источник:https://studme.org/210708/sotsiologiya/sotsialno_orientirovannaya_ekonomicheskaya_model_kulturno_dosugovoy_deyatelnosti

Вопросы к обсуждению:

1. В чем заключаются социальная и культурная значимость?
2. Культурно досуговая деятельность
3. Основы социальных стандартов финансирования культурно-досуговой деятельности

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 4. Социально-ориентированная модель культурно-досуговой деятельности

Тема 4.2. Культурно-досуговая деятельность

3. Цели занятия.

-изучить профессию аниматора

- сформировать представление о специфики работы аниматора со школьниками

- раскрыть рекламу анимационныхпрограмм

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности работы аниматора с молодежными коллективами.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Работа аниматоров в ресторанном бизнесе.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Реклама анимационных программ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Эта экономическая модель культурно-досуговой деятельности не получила широкого распространения как на федеральном, так и на региональном уровне ввиду опасения ведомства культуры «раствориться» в деятельности социальных служб, благотворительных организаций. Другая причина — сложность разработки показателей и критериев оценки культурных процессов на языке социальной эффективности.

Базовой нормативной характеристикой цивилизованной государственной социальной политики, как известно, является реализация принципа социальной справедливости, понимаемого как обеспечение всех слоев населения достойным уровнем жизни.

Последний в соответствии с мировой практикой возможен, если вместо его спекулятивных трактовок создавать предпосылки социально-ориентированного и демократического государства.

Если на федеральном уровне основное финансирование осуществляется по статьям «особо ценные объекты культурного наследия» и «учреждения культуры федерального статуса», то в муниципальных бюджетах основное внимание уделено клубным учреждениям. Если учесть, что именно на муниципальном уровне, в основном, осуществляется непосредственный контакт населения с культурными ценностями, налицо несовпадение финансовых стратегий федерального и муниципального уровня, прежде всего, с точки зрения адреса финансирования.

На первый взгляд, такое несовпадение может показаться естественным. На то и существует федеральный уровень, чтобы проявлять заботу в первую очередь о культурных объектах, обеспечивающих международный престиж России, об объектах и учреждениях общенационального значения. Но при такой постановке вопроса («или-или») интересы самого населения регионов не являются объектом долгосрочной культурной стратегии.

Источник:https://studme.org/210708/sotsiologiya/sotsialno_orientirovannaya_ekonomicheskaya_model_kulturno_dosugovoy_deyatelnosti

Вопросы к обсуждению:

1. Особенности работы аниматора с молодежными коллективами.
2. Работа аниматоров в ресторанном бизнесе.
3. Реклама анимационных программ.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ
2. Раздел 5. Инновационные элементы в организации анимационно-досуговых программ в гостиничных комплексах. Эффективность анимационной деятельности
Тема 5.1. Инновации в анимационных программах
3. Цели занятия.
-изучить инновации в анимации
- сформировать представление о понятиях инноваций, новшеств, диверсификации
- Раскрыть положение об анимационном процессе, его целях и задачах
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия инноваций, новшеств	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Инновации в анимации	Информационная

		лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Понятия диверсификации, проектной деятельности, эффективности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Важной частью многоплановой деятельности гостиничного предприятия, выражением высокой степени ее профессионализма, является организация анимации. Это является своеобразной и очень действенной формой рекламы, повторного привлечения клиентов и их знакомых, осуществляющей продвижение данного продукта на рынке гостиничных услуг, а, следовательно, повышающей эффективность, доходность и рентабельность предприятия. Неоспоримым фактором повышения конкурентоспособности отеля, определяющим выбор в пользу того или иного места отдыха, может стать новое зарождающееся направление "гостиничной анимации" в самом широком смысле этого понятия. Именно анимация является источником большой дополнительной прибыли отеля, привлекательности турпродукта, и поэтому в профессионалах данного профиля заинтересованы все современные гостиничные и туристские предприятия. В то же время наблюдается недостаток высококвалифицированных специалистов в этой области и недостаточное внимание к этой проблематике. У собственников туриндустрии и гостиничного бизнеса в нашей стране уже в основном сформировалось понимание всей важности предоставления данного вида услуг, но на практике далеко не все хозяйствующие субъекты указанного рынка уделяют заслуженное внимание организации анимационного сервиса. В связи с этим выбранная тема становится не только интересной, но и весьма актуальной.

Опираясь на труды и исследования И.В. Зорина, В.А. Квартального, М.Б. Биржакова, Т.И. Гальпериной, И.И. Булыгиной, Н.И. Гаранина, а также на методическое сопровождение учебных программ «Технология организации анимационной деятельности», «Менеджмент туристской анимации» и т.д., нами предпринята попытка обосновать характер и особенности туристической анимации на базе практических рекомендаций, а также разработки механизма их реализации.

С целью изучения способов организации досуга туристов на предприятиях гостиничного сервиса, поставлены следующие задачи исследования:

- Изучить теоретические аспекты и выявить природу организации досуга туристов на предприятиях гостиничного сервиса;
- Рассмотреть цели и задачи анимационного процесса, роль анимационной службы и структуры менеджмента анимации;
- Выявить многообразие существующих форм и программ досуговой анимационной деятельности через их виды, функции и соответствующую им условную типологию;

Источник:https://studwood.net/1812459/marketing/osobennosti_animatsionnoy_deyatelnosti_na_predpriyatiyah_gostinichnogo_servisa

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие инноваций, новшеств, диверсификации, проектной деятельности, эффективности
2. Инновации в анимации
3. Анимационный процесс, цели и задачи

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ
2. Раздел 5. Инновационные элементы в организации анимационно-досуговых программ в гостиничных комплексах. Эффективность анимационной деятельности
Тема 5.2. Эффективность анимационной деятельности
3. Цели занятия.
-изучить эффективность анимационной деятельности
- сформировать представление о проектной деятельности, эффективности
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Безопасность в сфере туризма. Безопасность в сфере гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Анимационные программы в курортных отелях Турции (Египта, Испании, Болгарии, Греции, России).	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Понятия диверсификации, проектной деятельности, эффективности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Анимация - это разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (отель, гостиница и.т.д), которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга.

Для того чтобы в полной мере понять сущность анимационной деятельности, необходимо рассмотреть содержание, цели и задачи анимационного процесса, так как каждая анимационная услуга представляет особый процесс деятельности, суть которого обусловлена конкретными закономерностями (тематичностью, эмоциональностью, активностью, целеустремленностью).

Разнообразие функций туристской анимации обусловило и многообразие видов анимационной деятельности, а также и большую разновидность анимационных программ и мероприятий. Различие понятий «анимация», «рекреационная анимация», «гостиничная анимация», «туристская анимация» связанно с многообразием существующих форм и программ досуговой анимационной деятельности.

Важно отметить, что понятие рекреационная анимация шире, чем понятия туристская и гостиничная анимация. Что касается туристской и гостиничной анимации, то они тесно связаны с рекреационной, так как главная роль анимационных программ как в гостиничных комплексах, так и специализированных анимационных турах заключается в оздоровлении отдыхающих, а также в отвлечении их от повседневных забот и в восстановлении жизненных сил и энергии.

Источник:https://studwood.net/1812459/marketing/osobennosti_animatsionnoy_deyatelnosti_na_predpriyatiyah_gostinichnogo_servisa

Вопросы к обсуждению:

1. Изучение зарубежного и российского опыта по вопросам анимационно-досуговой деятельности в гостиничных комплексах.
2. Подготовка и требования к персоналу в анимационно-досуговой деятельности в гостиничных комплексах.
3. Отражение в отчетности анимационно-досуговой деятельности в гостиничных комплексах.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Задания к разделу 1

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. РАЗДЕЛ 1. ФУНКЦИИ ТУРИСТСКОЙ АНИМАЦИИ, ТИПОЛОГИЯ, ВИДЫ И СПЕЦИФИКА АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ

Тема 1.1. Гостиничные анимационные услуги и программы

Цели занятия:

1. Изучить особенности и значение гостиничной анимации
2. Сформировать представление о гостиничных анимационных услугах и программах
3. Раскрыть основные положения структуры анимационной службы
4. Изучить модель специалиста службы анимации

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности и значение гостиничной анимации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Гостиничные анимационные услуги и программы.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Структура анимационной службы. Модель специалиста службы анимации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 1:

1. Праздники и зрелища в истории мировой культуры.
2. Досуг в России с древнейших времен до наших дней. Народные игры, развлечения, забавы.
3. Индустрия развлечений в России: современное состояние и перспективы развития.
4. Развлечения в Древней Греции и Риме.
5. Формы отдыха в эпоху средневековья.
6. Карнавал: история и современность.
7. Игры современного мира.
8. Пейнтбол – игра для сильных и смелых.
9. Состояние и перспективы развития игорного бизнеса в России.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. РАЗДЕЛ 1. ФУНКЦИИ ТУРИСТСКОЙ АНИМАЦИИ, ТИПОЛОГИЯ, ВИДЫ И СПЕЦИФИКА АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ

Тема 1.2. Понятие «технология создания анимационных программ». Технология создания анимационных программ

3. Цели занятия.

-изучить понятие «технология создания анимационных программ»

- сформировать представление о композиционном построении сценарного материала в анимационных программах

- Раскрыть положение о монтаже как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие «технология создания анимационных программ»	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Композиционное построение сценарного материала в анимационных программах.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Монтаж как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского)и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Экстремальные развлечения в современном мире.
2. Спортивные праздники в истории туризма.
3. Костюмированные туры.
4. Шоу-музеи как культурно-рекреационные объекты познавательного и развлекательного туризма.
5. Особенности семейных досуговых программ.
6. Деловые игры: предназначение и особенности организации.
7. История развития азартных игр.
8. Современные интеллектуальные игры.
9. Организация карнавалов и фестивалей в России.
10. Особенности и значение гостиничной анимации.
11. Гостиничные анимационные услуги и программы.
12. Структура анимационной службы.
13. Модель специалиста службы анимации.
14. Понятие «технология создания анимационных программ».
15. Композиционное построение сценарного материала в анимационных программах.
16. Монтаж как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ.
17. Разработка сценариев

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Методика и правила проведения игр, конкурсов и викторин для детей и взрослых.
2. Гольф-клубы как учреждения для элитного отдыха.
3. Зарубежный опыт организации досуговой деятельности на современном этапе и пути его внедрения в России.
4. Перспективы развития боулинг-центров.
5. Аквапарки как вид тематических парков.
6. Тематические парки мира как объекты досуговой индустрии.
7. Исторические формы организации досуга.
8. Особенности и значение гостиничной анимации.
9. Гостиничные анимационные услуги и программы.
10. Структура анимационной службы.
11. Модель специалиста службы анимации
12. Понятие «технология создания анимационных программ».
13. Композиционное построение сценарного материала в анимационных программах.
14. Монтаж как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ.

Задания к разделу 2

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 2. Концепция event

Тема 2.1. Понятие «event - менеджмент»

3. Цели занятия.

- изучить концепцию и особенности event-менеджмента в гостинице
- Раскрыть положение о подборе персонала и партнеров

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	контроллинг (контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Работа с информацией	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Подбор персонала и партнеров	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event – мероприятия
4. Проект-менеджмент: треугольник проекта - результат, ресурсы, сроки.
5. Структурный план проекта. Планирование проекта - планирование времени (фазы/вехи), сетевой план, диаграмма Ганта.
6. Планирование ресурсов: оценка затрат, планирование затрат, планирование персонала. Контроллинг проекта, отчетность. Контроль времени / сроков.
7. Событийный маркетинг
8. Применение событийного маркетинга на различных рынках.
9. Примеры успешных event-проектов.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 2. Концепция event

Тема 2.2. Маркетинг в event - менеджменте

3. Цели занятия.

-изучить маркетинг и его особенности в ивенте

- сформировать представление о роли маркетинг в ивент концепции

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Маркетинг ивент мероприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Креативные техники - мозговой штурм и морфологический метод. Вспомогательные средства event-менеджмента: регистратор проекта, протоколы, программное обеспечение	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Назначение контрольных таблиц и цели их разработки в ивент-менеджменте.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event – мероприятия
4. Проект-менеджмент: треугольник проекта - результат, ресурсы, сроки.
5. Структурный план проекта. Планирование проекта - планирование времени (фазы/вехи), сетевой план, диаграмма Ганта.
6. Планирование ресурсов: оценка затрат, планирование затрат, планирование персонала. Контроллинг проекта, отчетность. Контроль времени / сроков.
7. Событийный маркетинг
8. Применение событийного маркетинга на различных рынках.
9. Примеры успешных event-проектов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event - мероприятия
4. Области использования event - менеджмента
5. Понятие «event - менеджмент» (EM), его основное содержание.
6. Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
7. Event - менеджмент как проект: фазы проекта, виды деятельности в event-менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.
8. Event - менеджмент как проект: фазы проекта, виды деятельности в event-менеджменте, управление рисками, цель и прибыль. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.

Задания к разделу 3

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 3. Правовые вопросы и риски организации мероприятия

Тема 3.1. Правовые отношения в event - менеджменте

3. Цели занятия.

-правовые аспекты в ивент менеджменте

- Раскрыть положение о культурно досуговой деятельности

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность event - мероприятия, его характеристики.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Этапы планирования event – мероприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 3:

1. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event - мероприятия
4. Области использования event - менеджмента
5. Понятие «event - менеджмент» (EM), его основное содержание.
6. Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
7. Event - менеджмент как проект: фазы проекта, виды деятельности в event-менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. РАЗДЕЛ 3. Правовые вопросы и риски организации мероприятия

Тема 3.2. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски

3. цели занятия.

-изучить финансовые риски

- сформировать представление о правовых рисках

- Раскрыть положение об анимационном процессе, его целях и задачах

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Event - менеджмент как проект: фазы проекта,	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Виды деятельности в event- менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 3:

1. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event - мероприятия
4. Области использования event - менеджмента
5. Понятие «event - менеджмент» (EM), его основное содержание.
6. Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
7. Event - менеджмент как проект: фазы проекта, виды деятельности в event-менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Контроллинг в ивент-менеджменте: контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай чрезвычайного происшествия.
2. Организация общественного питания и логистика товаров в ивент-менеджменте: виды кейтеринга, организация обслуживания своими силами и с привлечением сторонних организаций, составление договора.
3. Инфраструктура event-мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры, приезд, ночевка, отъезд, контроллинг во время проведения мероприятия, обеспечение экологичности event-мероприятия.
4. Правовые отношения в event - менеджменте. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски.
5. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия, предварительной продажи билетов. Страхование.

Задания к разделу 4

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 4. Социально-ориентированная модель культурно-досуговой деятельности

Тема 4.1. Социальная полезность, культурная значимость анимации

3. Цели занятия.

- Раскрыть положение о культурно досуговой деятельности

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Профессия аниматора.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Специфика работы аниматора в условиях санатория.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Специфика работы аниматора с детьми дошкольного возраста.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 4:

1. Профессия аниматора.
2. Специфика работы аниматора в условиях санатория.
3. Специфика работы аниматора с детьми дошкольного возраста.
4. Особенности работы аниматора с молодежными коллективами.
5. Работа аниматоров в ресторанном бизнесе.
6. Реклама анимационных программ.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 4. Социально-ориентированная модель культурно-досуговой деятельности

Тема 4.2. Культурно-досуговая деятельность

3. цели занятия.

-изучить культурно-досуговую деятельность в гостиничном бизнесе

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности работы аниматора с молодежными коллективами.	Групповая, научная дискуссия, диспут

		Дискуссия
2.	Работа аниматоров в ресторанном бизнесе.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Реклама анимационных программ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 4:

1. Профессия аниматора.
2. Специфика работы аниматора в условиях санатория.
3. Специфика работы аниматора с детьми дошкольного возраста.
4. Особенности работы аниматора с молодежными коллективами.
5. Работа аниматоров в ресторанном бизнесе.
6. Реклама анимационных программ.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Финансовые риски,
2. Эксплуатационные риски,
3. Правовые риски.
4. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия, предварительной продажи билетов.
5. Страхование.
6. Защита молодежи.

Задания к разделу 5

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

2. Раздел 5. Инновационные элементы в организации анимационно-досуговых программ в гостиничных комплексах. Эффективность анимационной деятельности

Тема 5.1. Инновации в анимационных программах

3. Цели занятия.

-инновации в анимационных программах

- Раскрыть положение о культурно досуговой деятельности

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Анимационные программы в курортных отелях Турции (Египта, Испании, Болгарии, Греции, России).	Групповая, научная дискуссия, диспут

		Дискуссия
2.	Ценовая политика на рынке анимационных услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Безопасность в сфере гостеприимства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 5:

1. Анимационные программы в курортных отелях Турции (Египта, Испании, Болгарии, Греции, России).
2. Безопасность в сфере туризма.
3. Безопасность в сфере гостеприимства.
4. Безопасность при организации массовых анимационных мероприятий.
5. Ценовая политика на рынке анимационных услуг.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ
2. Раздел 5. Инновационные элементы в организации анимационно-досуговых программ в гостиничных комплексах. Эффективность анимационной деятельности

Тема 5.2. Эффективность анимационной деятельности
3. цели занятия.
-изучить эффективность анимационной деятельности
- сформировать представление о правовых рисках
- Раскрыть положение об анимационном процессе, его целях и задачах

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Безопасность в сфере туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Экономический эффект и экономическая эффективность	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Безопасность в сфере гостеприимства. Безопасность при организации массовых анимационных мероприятий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 5:

1. Анимационные программы в курортных отелях Турции (Египта, Испании, Болгарии, Греции, России).
2. Безопасность в сфере туризма.
3. Безопасность в сфере гостеприимства.
4. Безопасность при организации массовых анимационных мероприятий.
5. Ценовая политика на рынке анимационных услуг.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Проектная деятельность по расширению анимиционно-досуговой деятельности в гостиничных комплексах.
2. Изучение зарубежного и российского опыта по вопросам анимационно-досуговой деятельности в гостиничных комплексах.
3. Подготовка и требования к персоналу в анимационно-досуговой деятельности в гостиничных комплексах.
4. Отражение в отчетности анимациоонно-досуговой деятельности в гостиничных комплексах.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПОДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач.

Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация –педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Страхование и риски	
Тема 1.1. Понятие и классификация рисков	Понятие риска как исторической, философской и экономической категории. Сущность риска и его функции. Методы оценки и прогнозирования риска. Показатели, используемые при оценке риска: средняя величина ущерба, вероятность наступления или частота ущерба.
Тема 1.2. Управление рисками	Понятие и значение риск-менеджмента. Методы управления рисками в туристском и гостиничном бизнесе: поглощение, удержание, самострахование. Страхование как основной и перспективный метод управления рисками в современных условиях. Компенсационный характер страховой защиты. Основные стадии риск-менеджмента: осознание опасности, идентификация (установление) риска, предотвращение (контролирование), финансирование.
РАЗДЕЛ 2. Страхование как метод управление рисками	
Тема 2.1. Особенности страхования как метод управления рисками	Страхование как экономическая категория. Принципы страхования, принятые в международной практике: наличие имущественного интереса; наивысшая степень доверия сторон; причинно-следственная связь между убытками и событиями, их вызвавшими; выплата возмещения в размерах реального убытка; суброгация. Признаки, отличающие категорию страхования. Функции страхования. Сферы применения и перспективы развития страхования.
Тема 2.2. Достоинства и недостатки страхования как метода управления рисками	Общие основы и принципы классификации страхования. Классификация по объектам страхования и по роду опасности. Отрасли, подотрасли и виды страхования. Современные системы классификации страхования. Формы проведения страхования. Принципы обязательного и

	добровольного страхования.
РАЗДЕЛ 3. Особенности управления рисками в гостиничном бизнесе	
Тема 3.1. Риски в гостиничном бизнесе	Классификация рисков присущих гостиничному бизнесу: их краткая характеристика
Тема 3.2. Страхование рисков в гостиничном бизнесе	Основы деятельности страховщиков в сфере страхования рисков в гостиничном бизнесе

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться вразличных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде

предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика)– метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения –

задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Страхование и риски

Тема 1.1. Понятие и классификация рисков

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие риска как исторической, философской и экономической категории.

2. Сущность риска и его функции.
3. Методы оценки и прогнозирования риска.
4. Показатели, используемые при оценке риска: средняя величина ущерба, вероятность наступления или частота ущерба.

Тема 1.2 Управление рисками

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и значение риск-менеджмента.
2. Методы управления рисками в туристском и гостиничном бизнесе: поглощение, удержание, самострахование.
3. Страхование как основной и перспективный метод управления рисками в современных условиях.
4. Компенсационный характер страховой защиты.
5. Основные стадии риск-менеджмента: осознание опасности, идентификация (установление) риска, предотвращение (контролирование), финансирование.

РАЗДЕЛ 2. Страхование как метод управление рисками

Тема 2.1. Особенности страхования как метод управления рисками

Вопросы для самоподготовки:

1. Страхование как экономическая категория.
2. Принципы страхования, принятые в международной практике: наличие имущественного интереса; наивысшая степень доверия сторон; причинно-следственная связь между убытками и событиями, их вызвавшими; выплата возмещения в размерах реального убытка; суброгация.
3. Признаки, отличающие категорию страхования. Функции страхования.
4. Сферы применения и перспективы развития страхования.

Тема 2.2 Достоинства и недостатки страхования как метода управления рисками

Вопросы для самоподготовки:

1. Общие основы и принципы классификации страхования.
2. Классификация по объектам страхования и по роду опасности.
3. Отрасли, подотрасли и виды страхования.
4. Современные системы классификации страхования.
5. Формы проведения страхования.
6. Принципы обязательного и добровольного страхования.

РАЗДЕЛ 3. Особенности управления рисками в гостиничном бизнесе

Тема 3.1 Риски в гостиничном бизнесе

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация рисков присущих гостиничному бизнесу: их краткая характеристика.
2. Основы деятельности страховщиков в сфере страхования рисков в гостиничном бизнесе

Тема 3.2 Страхование рисков в гостиничном бизнесе

Вопросы для самоподготовки:

1. Современное состояние перестраховочного рынка в России и за рубежом.
2. Страхование личности в гостиничном бизнесе.
3. Страхование от несчастных случаев и болезней в гостиничном бизнесе: субъекты, формы и виды.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Страхование и риски

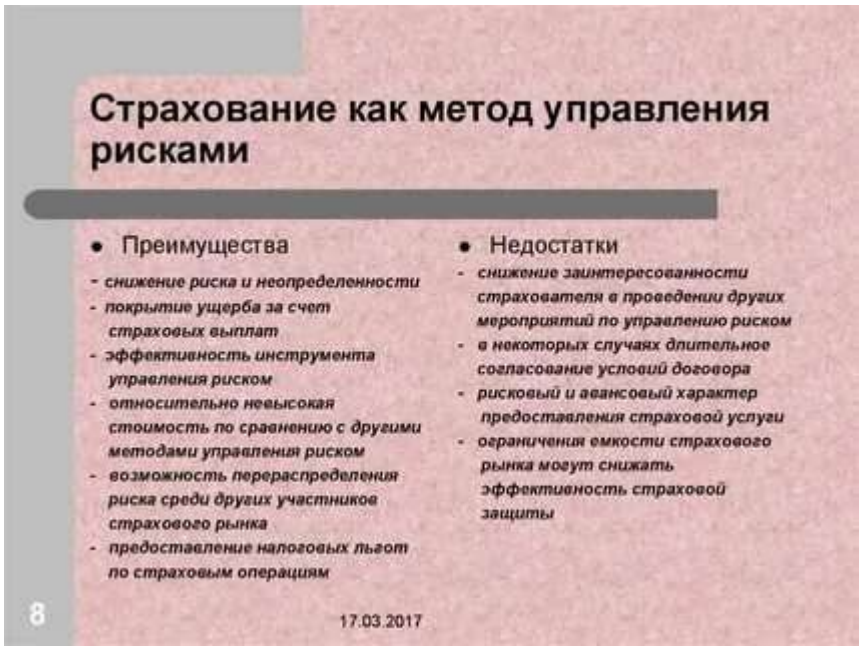
Тема 1.1. Понятие и классификация рисков

Тема 1.2 Управление рисками

РАЗДЕЛ 2. Страхование как метод управление рисками

Тема 2.1. Особенности страхования как метод управления рисками

Тема 2.2 Достоинства и недостатки страхования как метода управления рисками



РАЗДЕЛ 3. Особенности управления рисками в гостиничном бизнесе
Тема 3.1 Риски в гостиничном бизнесе

6. Анализ Рисков

Тип риска	Вероятность	Пути нейтрализации и учет дополнительных затрат
Подготовительная стадия		
Квалифицированные работники.	Присутствует	Найти инвестиц фирму, которая предоставляет полный спектр услуг
Должна: и качество стройматериалов и технического оборудования на месте	Присутствует	Выбор надежных поставщиков
Строительная стадия		
Неосторожность подрядчика. Недостатки проектных работ	Присутствует	Усиленный контроль над сроками и качеством выполнения работ подрядчиками, привлечение нескольких подрядчиков в разные виды работ дает возможность перепоручения работ при возникновении риска
Финансово-экономические риски		
Снижение цен конкурентами	Незначительно	Грамотное предложение ценовой политики
Социальные риски		
Трудности с набором квалифицированных сотрудников	Присутствует	Работа с местной администрацией и кадровыми агентствами, повышение квалификации старых сотрудников

Тема 3.2 Страхование рисков в гостиничном бизнесе

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСАМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных

терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).
4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).
5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;

- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

2. РАЗДЕЛ 1. Страхование и риски / Тема 1.1 Понятие и классификация рисков

3. Цель занятия. Изучить страхование и риски.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие риска как исторической, философской и экономической категории. Сущность риска и его функции. Методы оценки и прогнозирования риска. Показатели, используемые при оценке риска: средняя величина ущерба, вероятность наступления или частота ущерба.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Текст лекции

Риск — возможность возникновения события, которое может повлиять на достижение поставленных целей. Суть риска заключается в том, что существует вероятность того, что что-то пойдет не так.

В экономике понятие риска связано с опасностью получения прибыли, менее запланированной, или опасностью прямых финансовых потерь в связи с объективно обусловленной неопределенностью результата.

Риск является неотъемлемым элементом любых предпринимательских решений и действий.

В экономике выделяются следующие факторы и виды рисков:

- макроэкономические — риски вложения капиталов в страны и регионы с высокой политической и экономической нестабильностью, риски обесценения макроэкономических проектов в связи с инфляцией;

- микроэкономические — эти риски делятся на производственные (связанные с отсутствием сырья, ошибками при проектировании, несвоевременной поставкой расходников, человеческим фактором), финансовые (неправильное составление документов, низкий уровень управления финансовыми потоками, перерасход); маркетинговые или рыночные (усиление конкуренции, изменение потребительских настроений); правовые (несоблюдение контрагентами условий контрактов, непредвиденные судебные процессы); дефолтные (связаны с возможным банкротством предприятия или его краткосрочной неплатежеспособностью).

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Экономическая категория страховой защиты и ее материализация в страховых фондах.
2. Основные организационные формы страховых фондов. Источники формирования страхового фонда.
3. Страхование как экономическая категория. Принципы страхования, принятые в международной практике

1. Учебная дисциплина - **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

2. РАЗДЕЛ 1. Страхование и риски / Управление рисками

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и значение риск-менеджмента. Методы управления рисками в туристском и гостиничном бизнесе: поглощение, удержание, самострахование. Страхование как основной и перспективный метод управления рисками в современных условиях. Компенсационный характер страховой защиты. Основные стадии риск-менеджмента: осознание опасности, идентификация (установление) риска, предотвращение (контролирование), финансирование.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Текст лекции.

Управление рисками

Процесс определения, оценки и минимизации рисков, которые могут возникнуть в ходе выполнения бизнес-процессов или реализации проектов.

Основная цель управления рисками — снижение потенциальных убытков, а также оптимизация возможностей для достижения целей.

Этапы управления рисками:

- идентификация;
- оценка;
- разработка стратегии управления рисками;
- принятие мер по снижению рисков и контроль их реализации.

Управление рисками может проводиться на разных уровнях — от управления небольшими проектами до стратегического управления компанией в целом.

Выявление рисков или идентификация — первый этап управления рисками. Формулирование потенциальных угроз для достижения целей организации или проекта. Для этого могут использоваться различные методы, например, анализ истории рисков, экспертные оценки, анализ статистических данных.

Оценка уровня риска — определение вероятности возникновения риска и степени его потенциального воздействия на проект или организацию.

Страхование рисков

Страхование рисков включает перенос финансовых потерь от возможных событий на страховую компанию — если риск слишком велик, чтобы его можно было контролировать или когда его нельзя полностью снизить.

- Страхование жизни — это вид страхования, которое позволяет застраховать свою жизнь или жизнь другого человека. Оно может помочь защитить финансовые интересы семьи в случае неожиданной смерти застрахованного лица.

- Медицинское страхование — это вид страхования, которое позволяет застраховать медицинские расходы, связанные с лечением заболеваний и травм.

- Страхование имущества — это вид страхования, которое позволяет застраховать имущество, такое как дом, автомобиль, бизнес и т. д., от ущерба, который может быть причинен различными событиями.

- Страхование ответственности — это вид страхования, которое позволяет застраховать финансовые обязательства, связанные с ответственностью за причинение вреда другим людям или их имуществу. Оно может помочь защитить бизнес от возможных судебных исков и убытков.

- Страхование от непредвиденных расходов — это вид страхования, позволяющее застраховать расходы, которые могут возникнуть в результате непредвиденных обстоятельств, таких как забастовки, отмена поездки или мероприятия.

- Страхование от рисков бизнеса — это вид страхования, которое позволяет застраховать риски, связанные с бизнесом, такие как убытки в результате прерывания бизнеса, неплатежеспособность клиентов, убытки в результате рисков, связанных с транспортировкой товаров.

Снижение уровней рисков

- Принятие проактивных мер. Например, улучшение безопасности, пересмотр процессов для устранения узких мест, обновление программного обеспечения.

- Разработка плана действий на случай возникновения риска. Сюда входит подготовка аварийных планов, сценарии восстановления после кризиса, инструкции.

- Распределение рисков между различными сторонами: сюда входит страхование, соглашения о разделении рисков, договоры с подрядчиками.

- Регулярный мониторинг и анализ. Своевременное выявление риска может помочь вовремя принять меры по его снижению.

- Улучшение качества управления проектами или организацией: повышение квалификации сотрудников, улучшение процессов управления.

- Использование инструментов и современных технологий. Например, система безопасности, система мониторинга.

- Управление изменениями.

Учет рисков

Учет рисков в финансовой сфере направлен на то, чтобы предусматривать увеличение финансовых ресурсов, обеспечивающее возможность продолжения работ по проекту в случае наступления риска.
Учет рисков предусматривает сокращение возможных потерь финансовых ресурсов за счет остановки или прекращения реализации проекта в случае, когда наступившие риски ведут к невозможности или нецелесообразности его дальнейшего осуществления.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Общие основы и принципы классификации страхования.
2. Необходимость и роль страхования в экономике. Экономическая категория страховой защиты и ее материализация в страховых фондах.
3. Источники формирования страхового фонда.

1. Учебная дисциплина - **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

2. **РАЗДЕЛ 2. Страхование как метод управление рисками /Тема 2.1 Особенности страхования как метод управления рисками**

3. Цель занятия. Изучить страхование как метод управления рисками.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Страхование как экономическая категория. Принципы страхования, принятые в международной практике: наличие имущественного интереса; наивысшая степень доверия сторон; причинно-следственная связь между убытками и событиями, их вызвавшими; выплата возмещения в размерах реального убытка; суброгация. Признаки, отличающие категорию страхования. Функции страхования. Сферы применения и перспективы развития страхования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема лекционного занятия «Особенности страхования как метод управления рисками»

Текст лекции.

Страхование это особый вид экономической деятельности, связанный с перераспределением риска нанесения ущерба имущественным интересам среди участников страхования (страхователей) и осуществляемый специализированными организациями (страховщиками), обеспечивающими аккумуляцию страховых взносов, образование страховых резервов и осуществление страховых выплат при нанесении ущерба застрахованным имущественным интересам.

Страхование осуществляется в случаях, когда вероятность наступления рисков может быть оценена и существуют определенные финансовые гарантии со стороны страховщиков о компенсации ущерба.

По форме организации страхование выступает как государственное, акционерное, взаимное.

Государственное страхование представляет собой организационную форму, где в качестве страховщика выступает государство в лице специально уполномоченных на это организаций. В круг интересов государства входит его монополия на проведение любых или отдельных видов страхования (определённых законом “о статусе страховой деятельности”).

Акционерное страхование – негосударственная организационная форма, где в качестве страховщика выступает частный капитал в виде акционерного общества, уставной фонд которого формируется из акций (облигаций) и других ценных бумаг, принадлежащих юридическим и физическим лицам, что позволяет при сравнительно ограниченных средствах быстро развернуть эффективную работу страховых компаний.

Взаимное страхование – негосударственная организационная форма, которая выражает договорённость между группой физических, юридических лиц о возмещении друг другу будущих возможных убытков в определённых долях согласно принятым условиям. Реализуется через общество взаимного страхования, которое является страховой организацией некоммерческого типа, т.е. не преследует целей извлечения прибыли из созданного страхового предприятия. Это крупная организационная форма проведения страхования.

Особой организационной формой является медицинское страхование.

Медицинское страхование – особая организационная форма страховой деятельности. В Российской Федерации выступает как форма социальной защиты интересов населения в охране здоровья. В качестве субъектов медицинского страхования выступают гражданин, страхователь, страховая медицинская организация (страховщик), медицинское учреждение (поликлиника, больница и др.).

Исходя из страхового признака выделяют:

Личное страхование трактуется как отрасль страхования, где в качестве объектов страхования выступают жизнь, здоровье и трудоспособность человека. Личное страхование подразделяется на страхование жизни и страхование от несчастных случаев, сочетает рисковую и сберегательную функции, в том числе за счет выдачи ссуд под залог страхового полиса.

Имущественное страхование – отрасль страхования, в которой объектом страховых правоотношений выступает имущество в различных видах; его экономическое назначение – возмещение ущерба, возникшего вследствие страхового случая. Застрахованным может быть имущество как являющееся собственностью страхователя, так и находящееся в его владении, пользовании, распоряжении. Страхователями выступают не только собственники имущества, но и другие юридические и физические лица, несущие ответственность за его сохранность.

Страхование ответственности – отрасль страхования, где объектом выступает ответственность перед третьими (физическими и юридическими) лицами, которым может быть причинен ущерб (вред) вследствие какого-либо действия или бездействия страхователя. Через

страхование ответственности реализуется страховая защита экономических интересов возможных причинителей вреда, которые в каждом данном страховом случае находят своё конкретное денежное выражение. В страховании ответственности выделяют следующие подотрасли: страхование задолжности и страхование на случай возмещение вреда, которое называют также страхованием гражданской ответственности.

В страховании экономических рисков (предпринимательских рисков) выделяются две подотрасли: страхование риска прямых и косвенных потерь. К прямым потерям могут быть отнесены, например, потери от недополучения прибыли, убытки от простоев оборудования вследствие недопоставок сырья, материалов и комплектующих изделий, забастовок и других объективных причин. Косвенные – страхование упущенной выгоды, банкротство предприятия и др.

По форме проведения страхование может быть обязательным (в силу закона) и добровольным.

Инициатором обязательного страхования является государство, которое в форме закона обязывает юридических и физических лиц вносить средства для обеспечения общественных интересов. Добровольное –замкнутая раскладка ущерба между членами страхового общества исходя из установленных правовых норм. Инициатором добровольного страхования выступают хозяйствующие субъекты, физические и юридические лица.

Экономическая сущность страхования заключается в следующих функциях:

Рисковая функция. Сущность страхования составляет механизм передачи риска, точнее, финансовых последствий рисков. В этих целях страховая организация формирует специализированный страховой фонд за счет уплачиваемых страховых взносов (платы за риски). Из средств фонда производится возмещение материальных убытков участников фонда. В обмен на уплаченные страховые взносы страховая организация берет на себя ответственность за принимаемые риски.

Предупредительная функция обеспечивает меры по предупреждению страхового случая и минимизации ущерба, вызванного страховыми событиями. Для этого страховщиком производится формирование фонда предупредительных (превентивных) мероприятий, средства которого расходуются на заранее определенные цели, направленные на уменьшение страховых рисков и их негативных последствий. Страховым риском является предполагаемое событие, на случай наступления которого проводится страхование. Событие, рассматриваемое в качестве страхового риска, должно обладать признаками вероятности и случайности его наступления. Страховым случаем считается совершившееся событие, предусмотренное договором страхования или законом, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести страховую выплату страхователю, застрахованному лицу, выгодоприобретателю или иным третьим лицам.

Контрольная функция выполняется в строго целевом формировании и использовании средств страхового фонда.

Сберегательная функция реализуется при проведении отдельных видов страхования жизни — накопительного страхования. Страховая организация одновременно предоставляет клиенту страховую защиту и выполняет функцию сберегательного учреждения.

Страхование технических рисков распространяется на сложные и дорогостоящие промышленные технологии, создание и использование которых сопряжены с риском возникновения аварий, катастроф, несчастных случаев, грозящих значительными убытками их владельцам.

Страхование финансовых рисков – это страхование, предусматривающее обязанности страховщика по страховым выплатам в размере полной или частичной компенсации потерь доходов (дополнительных расходов) лица, в пользу которого заключен договор страхования, вызванный следующими событиями:

- остановка или сокращение объема производства в результате оговоренных в договоре событий;
- банкротство;
- непредвиденные расходы;

- неисполнение (ненадлежащее исполнение) договорных обязательств контрагентом застрахованного лица, являющегося с кредитором по сделке;

- понесенные застрахованным лицом судебные расходы; иные события.

Страхование профессиональной ответственности - Этот вид страхования осуществляется на случай возникновения каких-либо упущений, недосмотров, неосторожности в профессиональной деятельности. Объектом страхования являются имущественные интересы профессионального лица в связи с обязанностью возместить ущерб, нанесенный третьим лицам при осуществлении своей профессиональной деятельности.

В зависимости от рода деятельности причиненный ущерб может быть: физический, материальный, финансовый или моральный. Ущерб здоровью клиентов могут причинить лица таких профессий, как врачи, водители автотранспорта, фармацевты и т. д. Высока вероятность нанесения материального ущерба со стороны архитекторов, строителей, инженеров и проектировщиков.

Источник: https://studfile.net/preview/1720276/page:23/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Формы проведения страхования. Принципы обязательного и добровольного страхования.
2. Понятие страхового рынка и его роль в развитии экономики. Факторы, влияющие на развитие страхового рынка.
3. Особенности поведения на рынке различных групп страхователей и специфика их страховых интересов.

1. Учебная дисциплина - **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

2. **РАЗДЕЛ 2. Страхование как метод управление рисками /Тема 2.2 Достоинства и недостатки страхования как метода управления рисками**

3. Цель занятия. Изучить достоинства и недостатки страхования.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общие основы и принципы классификации страхования. Классификация по объектам страхования и по роду опасности. Отрасли, подотрасли и виды страхования. Современные системы классификации страхования. Формы проведения страхования. Принципы обязательного и добровольного страхования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема лекционного занятия «Достоинства и недостатки страхования как метода управления рисками».

Текст лекции.

Хеджирование – это метод страхования рисков. Как страхование по контракту рисков от неблагоприятных изменений цен на любые товарно-материальные ценности. Контракт на страхование называется хедж. Существуют две операции хеджирования: на повышение, на понижение.

Хеджирование на повышение, или хеджирование покупкой, представляет собой биржевую операцию по покупке срочных контрактов или опционов. Хедж на повышение применяется в тех случаях, когда необходимо застраховаться от возможного повышения цен

(курсов) в будущем. Он позволяет установить покупную цену намного раньше, чем был приобретен реальный товар.

Хеджирование на понижение, или хеджирование продажей – это биржевая операция с продажей срочного контракта. Хеджер, осуществляющий хеджирование на понижение, предполагает осуществить в будущем продажу товара, и поэтому, продавая на бирже срочный контракт или опцион, он страхует себя от возможного снижения цен в будущем.

Хеджирование помогает снизить риск от неблагоприятного изменения цены, но не дает возможности воспользоваться благоприятным изменением цены. При операциях хеджирования риск не исчезает, но он меняет своего носителя.

В целом преимущества использования страхования как метода управления риском сводятся к следующим факторам:

привлечение страхового капитала для компенсации убытков предприятия (Страховые фонды представляют собой гарантированный источник денежных средств для компенсации убытков страхователя в случае возникновения неблагоприятных событий);

снижение неопределенности в финансовом планировании деятельности предприятия (Предприятие заменяет неизвестные ему затраты на компенсацию убытков в будущем определенными затратами на уплату страховой премии);

высвобождение денежных средств для более эффективного использования (сокращение затрат на управление риском путем использования опыта страховых экспертов для оценки и управления риском).

Страхованию как методу управления риском присущи недостатки, которые невозможно устранить даже при использовании лучшего менеджмента, а также при наличии более полной информации об объекте страхования и рисков, с ним связанных, и большого опыта в заключении страховых договоров. К таким "органическим" недостаткам страхования можно было бы отнести следующие:

вынужденное финансирование управленческих расходов и прибыли страховщика;

издержки, связанные с перераспределением ущерба среди страхователей;

внутренние риски страховщика;

временной фактор (задержка во времени между наступлением страхового случая и выплатой страхового возмещения)

Источник: https://studfile.net/preview/1720276/page:23/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Страховщики на российском страховом рынке.
2. Страховые посредники.
3. Характеристика мирового страхового рынка: параметры определения его развитости.
4. Страховой рынок России в условиях глобализации экономики.
5. Регулирование страхового рынка.

1. Учебная дисциплина - **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

2. РАЗДЕЛ 3. **Особенности управления рисками в гостиничном бизнесе / Риски в гостиничном бизнесе / Оценка персонала гостиницы**

3. Цель занятия. Изучить риски в гостиничном бизнесе.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация рисков присущих гостиничному бизнесу: их краткая характеристика.	Опрос, оценка знаний студентов

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Тема лекционного занятия «Риски в гостиничном бизнесе**».**
Текст лекции.

Туризм относят к высокорисковому бизнесу, и все риски можно разделить на 2 группы. К первой группе относят риски, влияющие на жизнь и здоровье клиентов: политико-экономическая безопасность туристов, инфекционные заболевания и травмоопасность, общественно-социальные и природно-климатические риски. Ко второй группе относят риски, влияющие на деятельность компании: финансовые и операционные.

Политико-экономическая безопасность туристов. Политическая ситуация в стране или экономический кризис оказывают влияние на туризм, направление маршрутов и туров. Обострение внутриполитической ситуации может сократить доход туристических компаний, авиаперевозчиков и владельцев гостиничного бизнеса. Например, в 2015 году Россия и некоторые европейские страны приостановили полеты в аэропорт Шарм-эш-Шейх из-за недостаточного уровня авиационной безопасности Египта. До 70 000 российских туристов прервали свой отдых, отели стояли полупустые, а туристическим компаниям пришлось вернуть деньги за проданные путевки.

Общественно-социальные риски связаны как с поведением местных жителей принимающей страны, так и с поведением самих туристов. Ассистанская компания International SOS публикует ежегодные рейтинги туристической безопасности стран мира. При составлении рейтинга учитывают количество транспортных аварий, уровни медицинского обслуживания, экономической стабильности и уличной преступности. К наиболее опасной группе относят страны с затянувшимся военным конфликтом, с высокой вероятностью террористических актов. Особенно в странах со строгими религиозными традициями риски связаны с неправильным отношением туристов к местным законам и населению. К проблеме социальной безопасности туристов приводит их неконтролируемое и рисковое поведение на отдыхе, на пляжах и аттракционах. В странах с правосторонним движением и низким уровнем культуры на дорогах туристы нередко попадают в дорожные ДТП.

Поведенческие риски. Иные проблемы не угрожают жизни и здоровью туристов, но могут испортить впечатление от путешествия, вызывают раздражение и недовольство. Нередко психологические проблемы связаны с имущественными рисками, когда из-за утерянного багажа или длительной задержки рейса портится впечатление от путешествия в целом.

Поведенческие риски со стороны авиакомпаний и владельцев отелей может спровоцировать овербукинг — ситуация, при которой проданных билетов больше, чем мест на борту. Турист не может вылететь, потому что его место занял другой пассажир. Схожая ситуация с перебронированием: отели подтверждают бронь номера двум или трем туристам. В итоге отдыхающие не могут заселиться в выбранный номер, вынуждены тратить время на поиски другого отеля или селиться в номера другой категории.

Природно-климатические риски. Природные катастрофы затрудняют развитие туризма, они приводят к стихийным бедствиям, угрожают здоровью и жизни людей. Согласно статистике, в последние 20 лет количество стихийных бедствий в мире увеличилось в 2–20 раз. Во многих туристических центрах высокая сейсмическая опасность, угроза тайфунов и наводнений. За последние 20 лет только от землетрясений в мире погибло свыше четверти миллиона человек.

Отправляя клиента в тур, турагент также должен учитывать климатические и погодные условия, например, перепады зимних температур в России и Тунисе. Если из зимы человек уезжает в жаркое лето, он тяжело адаптируется к новым условиям. Причем акклиматизация происходит дважды за короткий срок: по приезде на курорт и после возвращения домой.

Продуктовые риски. Во время путешествия туристы хотят полакомиться экзотическими фруктами, продегустировать местную кухню. Обычно знакомство с непривычной едой оставляет приятные впечатления. Но если нарушена гигиена приготовления блюда, пропущен

срок годности или не соблюдены условия хранения, дегустация может закончиться кишечной инфекцией.

Независимая компания Sickric.com ежегодно публикует названия курортов, опасных в плане кишечных инфекций. Наиболее часто в антирейтинг попадают курорты Египта, Турции, Доминиканы, Мексики, Испании.

Риски инфекционных и вирусных заболеваний. События 2020 года показали, что высокая миграционная подвижность населения приводит к молниеносному распространению заболевания. За 3 месяца вирус COVID-19 распространился на 200 государств. Значительную роль в распространении вируса сыграли туристы.

Помимо «обычных» вирусов и инфекций, медики выделяют инфекционные болезни путешественников, например, дизентерию и вирусный гепатит. Этими инфекциями человек может заразиться и дома. Но при смене климата, питания, употребления небутилированной воды, при контакте с местными жителями вероятность заболевания возрастает. Риск заболевания напрямую зависит от концентрации возбудителей или разносчиков в конкретном регионе, поведения туристов, характера их питания, соблюдения правил личной гигиены.

Экологические риски. Интерес к местным достопримечательностям и стремление узнать как можно больше о местной жизни и культуре помогают сохранить привлекательность невозобновляемых природных и культурных ресурсов.

Межпарламентская конференция по туризму в Гааге (1989 год) отметила глубокую взаимосвязь между туризмом и окружающей средой. Туристы не поедут в города с грязными улицами, неухоженными зданиями, многочасовыми пробками на дорогах. Во внутреннем туризме необходимо учитывать пропускной потенциал района — максимальную нагрузку в человекоднях или человекочасах, которую способен выдержать туристический объект. Заторы на дорогах, очереди к достопримечательностям, нехватка отелей снижает репутацию туристического района, приводит к спаду туристов.

Функциональные риски связаны с руководством и работой фирмы. Сбой техники, нарушение законов или непрофессиональные действия сотрудников могут привести компанию к убыткам. Иногда функциональные ошибки негативно отражаются на репутации. Например, клиент хотел совместить пляжный отдых с активными экскурсиями, а неопытный сотрудник не выяснил его истинных желаний и продал тур, которым клиент остался недоволен. После неудавшегося отдыха клиент распространил в сетях негативные отзывы о компании. Она попала в антирейтинг туристических фирм и количество клиентов сократилось. Кроме прямого ущерба, потеря репутации может осложнить партнерские отношения с туроператором.

Источник: https://ir.alfastrah.ru/posts/156

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Современное состояние перестраховочного рынка в России и за рубежом.
2. Страхование личности в гостиничном бизнесе.
3. Страхование от несчастных случаев и болезней в гостиничном бизнесе: субъекты, формы и виды.
4. Добровольное медицинское страхование работников сферы гостиничного бизнеса как формы социальной защиты.
5. Страхование имущества в гостиничном бизнесе: понятие и классификация.

1. Учебная дисциплина - **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

2. РАЗДЕЛ 3. **Особенности управления рисками в гостиничном бизнесе / Страхование рисков в гостиничном бизнесе**

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основы деятельности страховщиков в сфере страхования рисков в гостиничном бизнесе	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией
   Введение.

Защита жизни и здоровья туристов ведется на межнациональном, государственном и региональном уровнях. Гаагская межпарламентская конференция по туризму 1989 года обязала государства обеспечить законодательную защиту туристов, туристических объектов и достопримечательностей.

Тема лекционного занятия «Страхование рисков в гостиничном бизнесе».

Текст лекции.

Защита на международном уровне. Чтобы предупредить всевозможные эксцессы против туристов, действует система безопасного пребывания туристов в чужой стране. Для предотвращения преступности ограничивают въезд преступников в страну, для борьбы с терроризмом — заключают международные конвенции:

1. Токийская конвенция о преступлениях и некоторых других актах, совершаемых на борту воздушных судов 1963 года.
2. Гаагская конвенция о борьбе с незаконным захватом воздушных судов 1970 года.
3. Монреальская конвенция о борьбе с незаконными актами, направленными против безопасности гражданской авиации, 1971 года.
4. Международная конвенция о борьбе с захватом заложников 1979 года.
5. Конвенция о борьбе с незаконными актами, направленными против безопасности морского судоходства, 1988 года.
6. Международная конвенция о борьбе с бомбовым терроризмом 1997 года.
7. Международная конвенция о борьбе с финансированием терроризма 1999 года.

Для защиты туристов государства объединяют свои усилия, особенно значение межгосударственного сотрудничества возрастает в районах природных бедствий и техногенных катастроф, крупных аварий и эпидемий.

Внутригосударственная защита. Правительство принимает законы, которые обеспечивают безопасное развитие туризма. В России действует закон, который защищает туристов на территории иностранных государств. Если складываются обстоятельства, которые затрудняют проведение защитных мероприятий, правительство рекомендует воздержаться от поездок или приостанавливает туры в эту страну.

Источник: https://ir.alfastrah.ru/posts/156

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Особенности транспортного страхования.
2. Страхование грузов и порядок его проведения.
3. Классификация страхования ответственности в гостиничных комплексах за качество предоставляемых услуг и ненадлежащее исполнение договорных обязательств.
4. Принципы обязательного страхования.
5. Компании лидеры в сегменте страхования рисков гостиничного бизнеса: специфика деятельности и краткая характеристика страховых продуктов

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

2. **РАЗДЕЛ 1. Страхование и риски**
Тема 1.1. Понятие и классификация рисков
Тема 1.2 Управление рисками

3. Цели занятия.
Изучение рисков и методов их управления.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие риска как исторической, философской и экономической категории. Сущность риска и его функции. Методы оценки и прогнозирования риска. Показатели, используемые при оценке риска: средняя величина ущерба, вероятность наступления или частота ущерба.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Понятие и значение риск-менеджмента. Методы управления рисками в туристском и гостиничном бизнесе: поглощение, удержание, самострахование. Страхование как основной и перспективный метод управления рисками в современных условиях. Компенсационный характер страховой защиты. Основные стадии риск-менеджмента: осознание опасности, идентификация (установление) риска, предотвращение (контролирование), финансирование.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Страхование и риски.

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Экономическая категория страховой защиты и ее материализация в страховых фондах.
2. Основные организационные формы страховых фондов. Источники формирования страхового фонда.
3. Страхование как экономическая категория. Принципы страхования, принятые в международной практике
4. Общие основы и принципы классификации страхования.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Необходимость и роль страхования в экономике. Экономическая категория страховой защиты и ее материализация в страховых фондах.
2. Источники формирования страхового фонда.
3. Страхование как экономическая категория. Принципы страхования, принятые в международной практике: наличие имущественного интереса; наивысшая степень

доверия сторон; причинно-следственная связь между убытками и событиями, их вызвавшими; выплата возмещения в размерах реального убытка; суброгация. Признаки, отличающие категорию страхования. Функции страхования. Сферы применения и перспективы развития страхования.

4. Общие основы и принципы классификации страхования. Классификация по объектам страхования и по роду опасности. Отрасли, подотрасли и виды страхования. Современные системы классификации страхования.

1. Учебная дисциплина – **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

2. **РАЗДЕЛ 2. Страхование как метод управление рисками**
Тема 2.1. Особенности страхования как метод управления рисками
Тема 2.2 Достоинства и недостатки страхования как метода управления рисками
3. Цели занятия.
Изучение страхования как метода управления рисками.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Страхование как экономическая категория. Принципы страхования, принятые в международной практике: наличие имущественного интереса; наивысшая степень доверия сторон; причинно-следственная связь между убытками и событиями, их вызвавшими; выплата возмещения в размерах реального убытка; суброгация. Признаки, отличающие категорию страхования. Функции страхования. Сферы применения и перспективы развития страхования.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Общие основы и принципы классификации страхования. Классификация по объектам страхования и по роду опасности. Отрасли, подотрасли и виды страхования. Современные системы классификации страхования. Формы проведения страхования. Принципы обязательного и добровольного страхования.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия – Система классификация гостиниц в РФ
Тема практического занятия: Страхование как метод управление рисками.
Форма практического задания: реферат.

Темы рефератов:

6. Формы проведения страхования. Принципы обязательного и добровольного страхования.
7. Понятие страхового рынка и его роль в развитии экономики. Факторы, влияющие на развитие страхового рынка.
8. Особенности поведения на рынке различных групп страхователей и специфика их страховых интересов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Страховщики на российском страховом рынке.
2. Страховые посредники.
3. Характеристика мирового страхового рынка: параметры определения его развитости.
4. Страховой рынок России в условиях глобализации экономики.
5. Регулирование страхового рынка.

1. Учебная дисциплина – **Управление рисками в гостиничном бизнесе**

1. **РАЗДЕЛ 3. Особенности управления рисками в гостиничном бизнесе**
Тема 3.1 Риски в гостиничном бизнесе
Тема 3.2 Страхование рисков в гостиничном бизнесе
3. Цели занятия.
Изучение рисков в гостиничном бизнесе.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация рисков присущих гостиничному бизнесу: их краткая характеристика.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Основы деятельности страховщиков в сфере страхования рисков в гостиничном бизнесе	Опрос, оценка знаний студентов

Тема практического занятия: Особенности управления рисками в гостиничном бизнесе.

Форма практического задания: реферат.

Темы рефератов:

1. Современное состояние перестраховочного рынка в России и за рубежом.
2. Страхование личности в гостиничном бизнесе.
3. Страхование от несчастных случаев и болезней в гостиничном бизнесе: субъекты, формы и виды.
4. Добровольное медицинское страхование работников сферы гостиничного бизнеса как формы социальной защиты.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3
форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Страхование имущества в гостиничном бизнесе: понятие и классификация.
2. Особенности транспортного страхования.
3. Страхование грузов и порядок его проведения.
4. Классификация страхования ответственности в гостиничных комплексах за качество предоставляемых услуг и ненадлежащее исполнение договорных обязательств.
5. Принципы обязательного страхования.
6. Компании лидеры в сегменте страхования рисков гостиничного бизнеса: специфика деятельности и краткая характеристика страховых продуктов.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПОДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач.

Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация –педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Безопасность гостиничного предприятия: сущность и основные понятия	
Тема 1.1. Основы безопасности гостиничных предприятий	Основные понятия в безопасности. Политика безопасности. Цели обеспечения безопасности предприятия. Типы стратегий безопасности. Принципы обеспечения безопасности. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности.
Тема 1.2. Организация и планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия	Организация безопасности гостиницы. Структура службы безопасности гостиничного предприятия. Планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия.
РАЗДЕЛ 2. Ресурсы и направления обеспечения безопасности гостиницы	
Тема 2.1. Роль трудовых, информационных и финансовых ресурсов в обеспечении безопасности гостиницы	Трудовые ресурсы в обеспечении безопасности гостиницы. Особенности подбора сотрудников службы безопасности гостиницы. Кадровая безопасность гостиницы. Определение надежности персонала гостиницы.
Тема 2.2. Направления обеспечения безопасности гостиничного предприятия	Пожаробезопасность. Особенности аварий и катастроф на пожаро - и взрывоопасных объектах. Организация и управление пожарной безопасностью. Защита населения при авариях на пожаро - и взрывоопасных объектах. Системы и средства тушения пожаров. Антитеррористическая безопасность гостиницы.

РАЗДЕЛ 3. Основные меры по обеспечению безопасности гостиницы	
Тема 3.1. Организационные решения создания системы безопасности в гостинице	Разработка концепции обеспечения безопасности современной гостиницы. Опасные угрозы и сценарии криминальных действий в гостинице. Принципы концепции безопасности в гостинице.
Тема 3.2. Технические решения создания системы безопасности в гостинице **общественного питания: общая характеристика.**	Система охраны гостиничных комплексов. Способы охраны объектов гостиничного предприятия. Охранная сигнализация. Система тревожно вызывной сигнализации. Система управления доступом.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться вразличных обстоятельствах, давать объективную

оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика)– метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной

дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Безопасность гостиничного предприятия: сущность и основные понятия

Тема 1.1. Основы безопасности гостиничных предприятий

Вопросы для самоподготовки:

1. Федеральный закон Российской Федерации «О безопасности».
2. Основные понятия в безопасности. Политика безопасности.
3. Цели обеспечения безопасности предприятия.
4. Типы стратегий безопасности.
5. Принципы обеспечения безопасности.
6. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности.
7. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств.
8. Цели и задачи системы безопасности.
9. Принципы, задачи и функции системы безопасности гостиничного предприятия.

Тема 1.2 Организация и планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия

Вопросы для самоподготовки:

1. Меры по обеспечению безопасности гостей.
2. Основные задачи системы безопасности гостиничного предприятия.
3. Организация безопасности гостиницы.
4. Структура службы безопасности гостиничного предприятия.
5. Планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия.
6. Обеспечение материально-технической безопасности гостиницы.
7. Методы и принципы управления службой безопасности гостиницы.
8. Режимы функционирования системы безопасности гостиницы.

РАЗДЕЛ 2. Ресурсы и направления обеспечения безопасности гостиницы

Тема 2.1. Роль трудовых, информационных и финансовых ресурсов в обеспечении безопасности гостиницы

Вопросы для самоподготовки:

1. 1. Трудовые ресурсы в обеспечении безопасности гостиницы.
2. Особенности подбора сотрудников службы безопасности гостиницы.
3. Кадровая безопасность гостиницы.
4. Определение надежности персонала гостиницы.
5. Проверка лояльности сотрудников.
6. Современные проблемы и факторы угроз финансовой и экономической безопасности предприятия в России.
7. Финансовая безопасность гостиницы.
8. Сущность информационной безопасности гостиницы.
9. Организация обеспечения безопасности внешней деятельности.
10. Конфиденциальность информации. Практика аудита информационной безопасности гостиницы.

Тема 2.2 Направления обеспечения безопасности гостиничного предприятия

Вопросы для самоподготовки:

1. 1. Пожаробезопасность.
2. Особенности аварий и катастроф на пожаро - и взрывоопасных объектах.
3. Организация и управление пожарной безопасностью.
4. Защита населения при авариях на пожаро - и взрывоопасных объектах.
5. Системы и средства тушения пожаров.
6. Антитеррористическая безопасность гостиницы.
7. Паспорт безопасности места массового пребывания людей.
8. Категоризация гостиниц в зависимости от террористической угрозы.
9. Мероприятия по обеспечению антитеррористической защищенности гостиниц.
10. Порядок информирования об угрозе совершения или о совершении террористического акта.
11. Порядок осуществления контроля за выполнением требований к антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей.

РАЗДЕЛ 3. Основные меры по обеспечению безопасности гостиницы

Тема 3.1 Организационные решения создания системы безопасности в гостинице

Вопросы для самоподготовки:

1. Разработка концепции обеспечения безопасности современной гостиницы.
2. Опасные угрозы и сценарии криминальных действий в гостинице.
3. Принципы концепции безопасности в гостинице.
4. Мероприятия по реализации мер безопасности гостиничного предприятия.
5. Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице.
6. Комплексное обеспечение безопасности гостиничного предприятия.
7. Задачи службы безопасности в гостинице.
8. Организационные принципы функционирования службы безопасности в гостинице.
9. Система охраны гостиничных комплексов.
10. Способы охраны объектов гостиничного предприятия.

Тема 3.2 Технические решения создания системы безопасности в гостинице

Вопросы для самоподготовки:

1. Охранная сигнализация.
2. Система тревожно вызывной сигнализации.
3. Система управления доступом.
4. Система телевизионного наблюдения.
5. Комплекс технических средств безопасности.
6. Система визуально звукового оповещения.
7. Управление системой вентиляции и дымоудаления.
8. Система разблокировки выходов.
9. Система охранной сигнализации.
10. Рекомендации по проведению работ по оснащению гостиницы комплексом безопасности.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

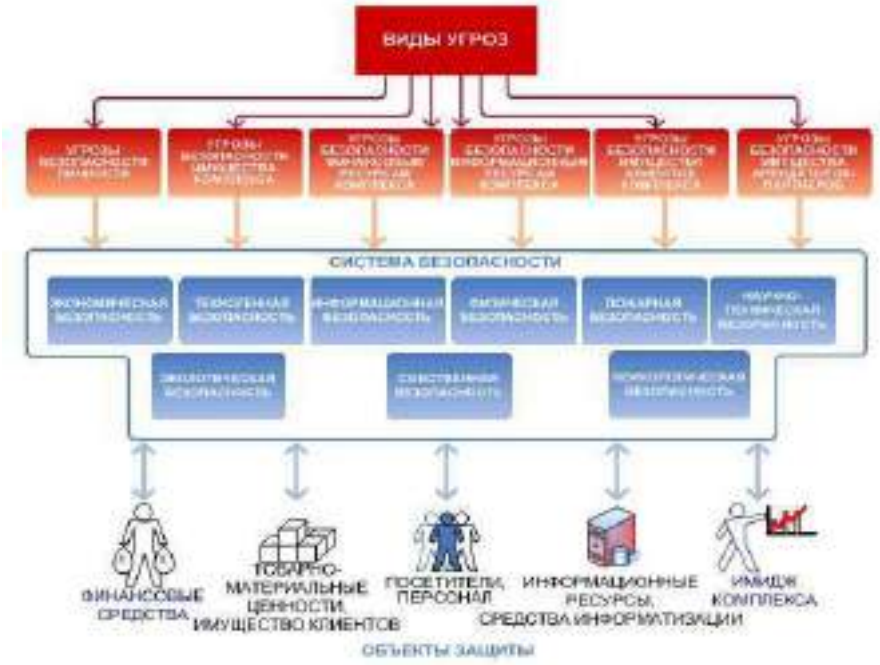
РАЗДЕЛ 1. Безопасность гостиничного предприятия: сущность и основные понятия

Тема 1.1. Основы безопасности гостиничных предприятий

Тема 1.2 Организация и планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия

РАЗДЕЛ 2. Ресурсы и направления обеспечения безопасности гостиницы

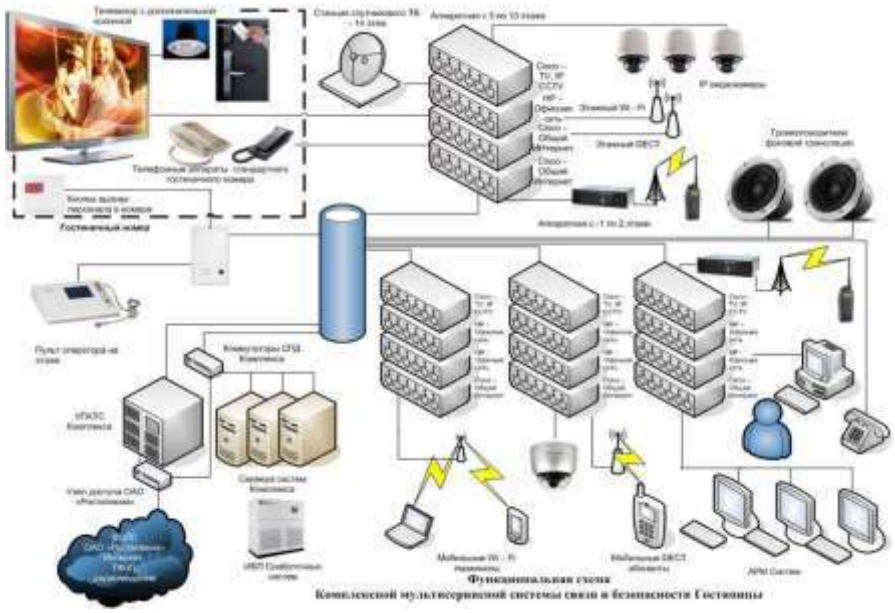
Тема 2.1. Роль трудовых, информационных и финансовых ресурсов в обеспечении безопасности гостиницы



Тема 2.2 Направления обеспечения безопасности гостиничного предприятия

РАЗДЕЛ 3. Основные меры по обеспечению безопасности гостиницы
Тема 3.1 Организационные решения создания системы безопасности в гостинице

Тема 3.2 Технические решения создания системы безопасности в гостинице



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСАМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по

личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и

дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после

названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – **Обеспечение безопасности гостиничного предприятия**

2. РАЗДЕЛ 1. Безопасность гостиничного предприятия: сущность и основные понятия / Основы безопасности гостиничных предприятий

3. Цель занятия. Изучить основы безопасности гостиницы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные понятия в безопасности. Политика безопасности. Цели обеспечения безопасности предприятия. Типы стратегий безопасности. Принципы обеспечения безопасности. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Организация безопасности гостиницы. Структура службы безопасности гостиничного предприятия. Планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия. Обеспечение материально-технической безопасности гостиницы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Федеральный закон Российской Федерации «О безопасности» дает следующие определения безопасности и ее объктов:

Ст.1. Понятие безопасности и ее объекты.

БЕЗОПАСНОСТЬ – состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз.

ЖИЗНЕННО ВАЖНЫЕ ИНТЕРЕСЫ – совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства.

1. Тема лекционного занятия «Основы безопасности гостиничных предприятий».

Текст лекции.

ОСНОВНЫЕ ОБЪЕКТЫ БЕЗОПАСНОСТИ:

личность – ее права и свободы;

общество – его материальные и духовные ценности;

государство – его конституционный строй, суверенитет и территориальная целостность.

УГРОЗА БЕЗОПАСНОСТИ – совокупность условий и факторов, создающих опасность жизненно важным интересам личности, общества и государства.

Реальная и потенциальная угроза объектам безопасности, исходящая от внутренних и внешних источников опасности, определяет содержание деятельности по обеспечению внутренней и внешней безопасности.

Принципы обеспечения безопасности.

Основными принципами обеспечения безопасности согласно ст. 5 ФЗ РФ «О безопасности» являются:

- законность;

- соблюдение баланса жизненно важных интересов личности, Общества и государства;
- взаимная ответственность личности, общества, и государства по обеспечению безопасности;
- интеграция с международными системами безопасности.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ

БЕЗОПАСНОСТЬ достигается проведением единой государственной политики в области обеспечения безопасности, системой мер экономического, политического, организационного и иного характера, адекватным угрозам жизненно важным интересам личности, общества и государства.

Политика и стратегия безопасности

Политика безопасности предприятия - это общие ориентиры для действий и принятия решений, которые облегчают достижение целей. Таким образом для установления этих общих ориентиров необходимо первоначально сформулировать цели обеспечения безопасности предприятия. Такими целями могут быть:

- укрепление дисциплины труда и повышение его производительности;
- защита законных прав и интересов предприятия;
- укрепление интеллектуального потенциала предприятия;
- сохранение и приумножение собственности;
- повышение конкурентоспособности производимой продукции;
- максимально полное информационное обеспечение деятельности предприятия и повышение его эффективности;
- ориентация на мировые стандарты и лидерство в разработке и освоении новой технологии и выпускаемой продукции;
- выполнение производственных программ;
- оказание содействия управленческим структурам в достижении целей предприятия;
- недопущение зависимости от случайных и недобросовестных деловых партнеров.

С учетом вышеизложенного можно определить следующие общие ориентиры для действий и принятия решений, которые облегчают достижение этих целей:

- сохранение и наращивание ресурсного потенциала;
- проведение комплекса превентивных мероприятий по повышению уровня защищенности собственности и персонала предприятия;
- включение в деятельность по обеспечению безопасности предприятия всех его сотрудников;
- профессионализм и специализация персонала предприятия;
- приоритетность несиловых методов предотвращения и нейтрализации угроз.

Для успешного выполнения этой политики необходимо реализовать стратегию безопасности предприятия, под которой понимается совокупность наиболее значимых решений, направленных на обеспечение приемлемого уровня безопасности функционирования предприятия.

Выделяются следующие типы стратегий безопасности:

- ориентированные на устранение существующих или предотвращение возникновения возможных угроз;
- нацеленные на предотвращение воздействия существующих или возможных угроз на предмет безопасности;
- направленные на восстановление (компенсацию) наносимого ущерба.

Первые два типа стратегий предусматривают такую деятельность по обеспечению безопасности, в результате которой не происходит угрозы либо создается заслон ее влиянию. В третьем случае ущерб допускается (возникает), однако он компенсируется действиями, которые предусматривает соответствующая стратегия. Совершенно очевидно, что стратегии третьего типа могут разрабатываться и реализовываться применительно к ситуациям, где ущербы восполнимы, либо тогда, когда нет возможности осуществить какую-либо программу реализации стратегий первого или второго типа.

Субъекты безопасности предприятия

Обеспечением безопасности предприятия занимаются две группы субъектов. Первая группа занимается этой деятельностью непосредственно на предприятии и подчинены его руководству. Среди этой группы можно выделить специализированные субъекты (совет или комитет безопасности предприятия, служба безопасности, пожарная часть, спасательная служба и т.д.), основным предназначением которых является постоянная профессиональная деятельность по обеспечению безопасности предприятия (в рамках своей компетенции). Другую часть субъектов этой группы условно можно назвать полуспециализированной, т.к. часть функций этих субъектов предназначена для обеспечения безопасности предприятия (медицинская часть, юридический отдел и т.д.). Наконец, к третьей части этой группы субъектов относится весь остальной персонал и подразделения предприятия, которые в рамках своих должностных инструкций и положений о подразделениях обязаны принимать меры к обеспечению безопасности. Следует иметь в виду, что эффективно обеспечивать безопасность предприятия эти субъекты могут только в том случае, если цели, задачи, функции, права и обязанности будут распределены между ними таким образом, чтобы они не пересекались друг с другом.

Ко второй группе субъектов относятся внешние органы и организации, которые функционируют самостоятельно и не подчиняются Руководству предприятия, но при этом их деятельность оказывает существенное (положительное или отрицательное) влияние на безопасность предприятия. Субъектами этой группы являются:

1) Законодательные органы. Принятые на уровне Российской Федерации и субъектов Федерации законы составляют правовую основу деятельности по обеспечению безопасности предприятия.

2) Органы исполнительной власти. Принятые на уровне этих органов подзаконные акты во многом дополняют, уточняют, детализируют требования законов.

3) Суды. Судебные органы обеспечивают соблюдение законных прав и интересов предприятия, в т.ч. в сфере безопасности.

4) Правоохранительные органы. Такие органы осуществляют борьбу с правонарушениями, которые отрицательным образом влияют на состояние безопасности предприятия.

5) Научно-образовательные учреждения. Последние (особенно негосударственные образовательные учреждения для подготовки частных охранников и детективов) призваны обеспечить научно-методическую проработку проблем безопасности предприятия и подготовку соответствующих специалистов в сфере безопасности предприятий.

Достижение целей и задач обеспечения безопасности предполагает соблюдение следующих принципов при разработке, формировании и эффективном управлении системы обеспечения безопасности гостиницы:

- законности;
- обеспечения прав и свобод граждан;
- централизованного управления;
- координации и взаимодействия с правоохранительными органами;
- самостоятельности и ответственности за обеспечение безопасности;
- соответствия внешним и внутренним угрозам безопасности;
- разумной достаточности;
- передовой материально-технической оснащенности;
- прогрессивного стимулирования субъектов системы безопасности;
- компетенции;
- конфиденциальности;
- комплексного использования сил и средств.

Организационно система безопасности состоит из:

1. Сил обеспечения безопасности
2. Средств обеспечения безопасности
3. Ресурсов обеспечения безопасности

Под силами обеспечения безопасности гостиницы следует понимать тех сотрудников гостиницы, которые непосредственно заняты обеспечением ее безопасности. Это:

- менеджеры (эксперты) по безопасности;
- охранники;
- технический персонал, обслуживающий линии связи, системы сигнализации и т.п.;
- сотрудники юридического, маркетингового, кадрового, информационно-аналитического подразделений данной гостиницы;
- члены штаба по кризисным ситуациям.

В случае обеспечения безопасности гостиницы частным охранным предприятием, менеджерами по безопасности, охранниками и техническими специалистами в данной фирме являются сотрудники частного охранного предприятия.

Основными критериями, по которым оцениваются силы обеспечения безопасности гостиницы, являются:

- уровень их профессиональной подготовки;
- психологическая надежность;
- готовность к деятельности в сложных и экстремальных условиях.

К средствам обеспечения безопасности гостиницы относятся:

- конфиденциальные связи службы безопасности (частного охранного предприятия) с различными структурами (предпринимательскими, правоохранительными и т. д.);
- оборудование, специальные технические средства (охранная сигнализация, противопожарная сигнализация, средства визуального наблюдения, средства защиты коммуникативных сетей от несанкционированного прослушивания и проникновения в базы данных и т.п.);
- вооружение;
- экипировка.

Под ресурсами обеспечения безопасности гостиницы следует понимать то, что обеспечивает системе возможность адекватно реагировать на негативные изменения во внешних условиях и внутренней среде, поддерживая ее работоспособность.

К ресурсам относятся:

- информационная поддержка;
- финансирование;
- тактико-технические характеристики спецтехники;
- уровень профессиональной и психологической подготовки сотрудников службы безопасности, частного охранного предприятия и других субъектов процесса обеспечения безопасности.

В свою очередь, ресурсы обеспечения безопасности гостиницы, выделяемые на борьбу с угрожающими обстоятельствами, могут быть по своим размерам:

- недостаточными;
- адекватными характеру угрозы;
- избыточными.

Если ресурсов обеспечения безопасности гостиницы недостаточно, то в лучшем случае удастся лишь отсрочить время наступления негативных последствий. При этом следует учитывать, что, отразив наиболее сильную угрозу, объект становится легко уязвимым для ранее менее опасных ситуаций и противников.

В случае же избыточности ресурсов обеспечения безопасности гостиницы, наряду с положительным результатом, теоретически возможно и возникновение таких ситуаций, когда объект угрозы, создавая дорогостоящие системы защиты, разоряет себя сам.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Принципы обеспечения безопасности.

2. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств.
3. Цели и задачи системы безопасности.
4. Принципы, задачи и функции системы безопасности гостиничного предприятия.
5. Меры по обеспечению безопасности гостей.
6. Основные задачи системы безопасности гостиничного предприятия.
7. Организация безопасности гостиницы.
8. Структура службы безопасности гостиничного предприятия.
9. Планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия.
10. Обеспечение материально-технической безопасности гостиницы.

1. Учебная дисциплина - **Обеспечение безопасности гостиничного предприятия**

2. РАЗДЕЛ 1. Безопасность гостиничного предприятия: сущность и основные понятия / Организация и планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организация безопасности гостиницы. Структура службы безопасности гостиничного предприятия.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Как показала практика подготовки рекомендаций по формированию систем безопасности гостиничного предприятия, с учетом наиболее распространенных угроз, формирование необходимо проводить с учетом основных подсистем безопасности которыми, являются:

1. Физическая (личная) безопасность руководителя, членов его семьи и ведущих сотрудников гостиничной гостиницы.
2. Обеспечение безопасности жизнедеятельности гостиницы в экстремальных условиях.
3. Безопасность зданий, сооружений, оборудования, в т.ч. обеспечение безопасности перевозок.
4. Коммерческая безопасность, организация и сопровождение отдельных, наиболее значительных сделок.
5. Защита коммерческой и иной охраняемой законом тайны.
6. Промышленная (технологическая) безопасность.
7. Компьютерная безопасность.
8. Психолого-социологическая безопасность, безопасность кадровая
9. Противопожарная безопасность.
10. Информационно-аналитическое обеспечение.

Контроль за функционированием системы обеспечения безопасности гостиницы.

1. Тема лекционного занятия «Организация деятельности в индустрии гостеприимства».

Текст лекции.

Структура, численность и состав службы безопасности гостиницы определяются реальными потребностями гостиницы и степенью конфиденциальности ее информации. Она состоит из четырех секторов (или отделов). Это сектор охраны, сектор режима, сектор технической защиты и оперативный сектор. Их главные задачи следующие.

Сектор охраны:

- охрана помещений и зданий;
- охрана оборудования и имущества;
- охрана сотрудников, гостей и мероприятий;

Сектор режима:

- обеспечение секретности документов;
- обеспечение режима допуска;
- контроль посетителей и транспорта;
- расследование случаев нарушений режима.

Сектор технической защиты:

- выявление технических каналов утечки информации;
- контроль за попытками несанкционированного доступа к информации с помощью техники;
- оборудование гостиницы средствами сигнализации и связи;
- оборудование гостиницы противопожарными средствами.

Сектор оперативной работы:

- выявление и изучение фирм и преступных сообществ, являющихся потенциальными конкурентами гостиницы;
- выявление и изучение фактов краж имущества, финансовых средств гостиницы со стороны сотрудников, гостей;
- учет и анализ попыток проникновения в секреты гостиницы, осуществления каких-либо враждебных акций;
- выявление возможных «слабых» мест в деятельности гостиницы.

Планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия

В научной литературе термин «план» трактуется как одна из форм управленческого решения, как результат упорядочивания служебной деятельности, представляющий собой комплекс заданий (мероприятий), объединенных общей целью, которые необходимо конкретным исполнителям выполнить в определенной последовательности и в установленные сроки.

Планирование работы службы безопасности гостиницы состоит из следующих разделов:

1. Планирование физической охраны
2. Планирование охраны объекта
3. Обеспечение материально-технической безопасности

При планировании мероприятий физической охраны необходимо учитывать ряд объективных факторов как затрудняющих организацию противодействия преступникам, террористам, так и способствующих предотвращению нападения.

При разработке мер защиты от террористов и иных преступных элементов следует использовать комплексный подход, позволяющий учесть все виды возможных угроз и определить нужные меры и направления противодействия им. Службе безопасности для этого целесообразно составить программу защитных мер, которая должна содержать разделы, предусматривающие:

- обеспечение охраны руководства, персонала и клиентов гостиничного предприятия;
- сохранность оборудования, материальных и финансовых ценностей;
- сбор и анализ информации о потенциальных преступниках, террористах;

- превентивные мероприятия, направленные на снижение риска террористических акций;
- ответные действия в случае террористического нападения и при возникновении иных критических ситуаций.

Каждый раздел должен быть разработан с учетом обстановки по месту расположения гостиничного комплекса месту жительства охраняемого лица, степени ее криминогенности, особенностей объектов охраны, состояния мер безопасности и механизма взаимодействия с местными правоохранительными органами.

При разработке программы обеспечения охраны объекта необходимо прежде всего определить:

- надежность сотрудников охраны;
- способность руководителей подразделения службы безопасности разработать программу защиты объекта, адекватную угрозам его безопасности;
- способность при возникновении необходимости оперативно обеспечить объект вооруженной охраной и достаточным количеством людей для его защиты;
- способность обеспечить охрану необходимыми техническими средствами и оценивать эффективность охранных систем слежения;
- средства защиты против хищения имущества сотрудниками, гостями отеля.

Обеспечение материально-технической безопасности предполагает наличие следующих элементов:

- создание концепции охраны и обороны объекта по его периметру, а также внутри режимной территории;
- разработка специальных документов (инструкций), регламентирующих деятельность персонала на случай возможных угроз (нападение террористов, пожар, стихийное бедствие, авария технологического оборудования и др.);
- подготовка из числа руководящих сотрудников объекта так называемой «кризисной группы», на которую при возникновении чрезвычайных ситуаций возлагается управление объектом;
- создание специальных «групп реагирования» для задержания нападающих и ликвидации последствий возможных угроз;
- организация связи и взаимодействия с представителями местных властей, правоохранительных органов, частями вооруженных сил и т. д.;
- создание системы проверки персонала объектов (при приеме на работу, перемещении по службе, истечении определенных сроков и др.).

Система управления состоит из субъекта, объекта управления, прямой и обратной связи. Субъектов управления службой безопасности выступают руководитель предприятия, совет (комитет безопасности предприятия и начальник службы безопасности. Успешно выполнять свои задачи эти субъекты могут только в том случае, если компетенция каждого из них будет строго определена в правовых актах таким образом, чтобы не возникала почва для конфликтов. Если это сделано достаточно успешно, то можно говорить о сформированной управляющей подсистеме.

Объектом управления (управляемой подсистемой) в службе безопасности выступают ее отдельные сотрудники и подразделения. Сотрудниками могут быть не только детективы и охранники, но и другие граждане, работающие во вспомогательных подразделениях. Подразделений в службе безопасности должно быть не менее двух (детективное и охранное), однако законодательством не запрещено образование других подразделений, которые, естественно, охранные и сыскные функции не выполняют.

Объект управления соединен с субъектом управления каналами прямой и обратной связи (информационными каналами). По каналу прямой связи информация в виде управленческих решений поступает от субъекта управления к объекту, а по каналам обратной связи - в обратном направлении сигнализируя о состоянии объекта управления, его реакции на управленческие воздействия.

Методы управления службой безопасности подразделяются на три группы: экономические организационно-распорядительные и социально-психологические. Руководители службы безопасности должны безупречно владеть всеми методами управления в их единстве. Для этого они должны знать особенности каждого из них.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Организация безопасности гостиницы.
2. Структура службы безопасности гостиничного предприятия.
3. Планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия.

1. Учебная дисциплина - **Обеспечение безопасности гостиничного предприятия**

2. **РАЗДЕЛ 2. Ресурсы и направления обеспечения безопасности гостиницы /Тема 2.1 Роль трудовых, информационных и финансовых ресурсов в обеспечении безопасности гостиницы**

3. Цель занятия. Изучить роль ресурсов в обеспечении безопасности гостиницы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Трудовые ресурсы в обеспечении безопасности гостиницы. Особенности подбора сотрудников службы безопасности гостиницы. Кадровая безопасность гостиницы. Определение надежности персонала гостиницы. Проверка лояльности сотрудников. Современные проблемы и факторы угроз финансовой и экономической безопасности предприятия в России. Финансовая безопасность гостиницы. Сущность информационной безопасности гостиницы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Пожаробезопасность. Особенности аварий и катастроф на пожаро - и взрывоопасных объектах. Организация и управление пожарной безопасностью. Защита населения при авариях на пожаро - и взрывоопасных объектах. Системы и средства тушения пожаров. Антитеррористическая безопасность гостиницы. Паспорт безопасности места массового пребывания людей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Гостиница представляет собой не только коллективное средство размещения людей, к которому применяются требования обеспечения физической безопасности клиентов и персонала, поскольку привлекательность гостиницы зависит, прежде всего, от гарантий спокойного сна и сохранности имущества гостя. Нельзя забывать и о том, что в современных рыночных условиях гостиничное предприятие представляет собой участника рыночных отношений, на которого распространяются все законы ведения бизнеса, включая и различные методы конкурентной борьбы, противоборства и соперничества.

1. Тема лекционного занятия «Роль трудовых, информационных и финансовых ресурсов в обеспечении безопасности гостиницы».

Текст лекции.

Трудовые ресурсы и их роль в обеспечении безопасности гостиницы

К приоритетам кадровой работы службы безопасности гостиницы относятся следующие моменты:

1. Концептуальный подход.
2. Принципы организации кадровой работы.
3. Кадровый потенциал.
4. Профессиональный уровень и специальная подготовка.

5. Поддержание режима устойчивого равновесия.

Выбор личностью преступного поведения или правомерного зависит от той системы ценностных ориентации, взглядов и социальных установок, которые она исповедует. При этом специалисты выделяют несколько критериев надежности персонала предприятия:

- профессиональная надежность;
- психологическая надежность;
- моральная надежность.

Анализ конкретных случаев угроз безопасности гостиницы со стороны ее сотрудников показывает, что возникают они чаще всего благодаря следующим причинам:

- низкая квалификация;
- моральная неудовлетворенность работой;

вредные привычки и пр.

Следует различать внешние и внутренние угрозы. Внешние негативные воздействия - это действия, явления или процессы, не зависящие от воли и сознания сотрудников гостиницы и влекущие нанесение ущерба. В свою очередь, к внутренним негативным воздействиям относятся действия сотрудников гостиницы, также влекущие нанесение ущерба. Обратив внимание на небольшой список профильных угроз, можно сделать вывод, что обеспечение кадровой безопасности является важнейшей составляющей работы менеджера (директора) по персоналу. Например, внутренние опасности таковы:

- несоответствие квалификации сотрудников предъявляемым к ним требованиям;
- недостаточная квалификация сотрудников - слабая организация системы управления персоналом;
- слабая организация системы обучения;
- неэффективная система мотивации;
- ошибки в планировании ресурсов персонала;
- снижение количества рационализаторских предложений и инициатив; уход квалифицированных сотрудников;
- сотрудники ориентированы на решение внутренних тактических задач;
- сотрудники ориентированы на соблюдение интересов подразделения;
- некачественные проверки кандидатов при приеме на работу.

С точки зрения безопасности в подходе к трудовому взаимодействию каждый кандидат на вакансию, каждый сотрудник предприятия должен ежеминутно рассматриваться в том числе и как источник риска, источник потенциальной угрозы. И это не только крайность в части умышленного нанесения ущерба, а и в отношении опасности причинения убытков, связанных с низкой квалификацией.

Кадровая безопасность зависит от трех основных факторов:

1. Подбор персонала. Под этим кратким словом понимается целый комплекс мер безопасности при приеме на работу и прогнозирования благонадежности. В условное наименование первого фактора «подбор персонала» входит рассмотрение вопросов безопасности компании на таких этапах в работе менеджера по персоналу, как поиск кандидатов, процедуры отбора, документальное и юридическое обеспечение приема на работу, испытательный срок и даже адаптация. Также это процедуры безопасности в деятельности кадровиков при подготовке аттестации, при планировании обучения.

2. Лояльность. От того, кем ощущает себя сотрудник предприятия зависят и проблемы предприятия. В эту составляющую работы по предотвращению угроз безопасности традиционно вкладывается мало средств. Однако, экономя на этом, предприятие вынуждено будет затратить еще больше ресурсов на мероприятия следующего, третьего блока.

3. Контроль. Он представляет собой комплекс мер из установленных для персонала, в том числе для администрации, регламентов, ограничений, режимов, технологических процессов, оценочных, контрольных и других операций, процедур безопасности. Этот комплекс уже непосредственно нацелен на ликвидацию возможностей причинения ущерба и отрабатывается, как правило, службой безопасности или другими подразделениями.

При этом надо отметить, что работает принцип «компенсации недостаточности внимания» к отдельным факторам. Не сделали подбор персонала частью системы безопасности, не заботитесь об укреплении лояльности персонала – серьезные ресурсы потратите на контроль, выявление и расследование убытков.

Таким образом, кадровая безопасность нацелена на такую работу с персоналом, на установление таких трудовых и этических отношений, которые можно было бы определить, как «безубыточные». Вся эта деятельность не является отдельным направлением в функционале менеджера по персоналу, а лишь органично вписывается в него. И здесь практически не привлекаются какие-либо дополнительные ресурсы, при условии, что в компании присутствуют все этапы организации и управления персонала.

Определение надежности персонала гостиницы

Степень надежности зависит от разных причин и может меняться у сотрудников гостиницы в связи с изменением условий, возникновением нестандартных и особенно экстремальных (чрезвычайных), кризисных ситуаций. В этих ситуациях весьма вероятно проявление ненадежности у тех сотрудников, которые не считают себя обязанными по отношению к моральным требованиям или же обладают некоторыми личностными недостатками.

Сущность информационной безопасности гостиницы

Защите подлежит следующая информация:

1. Информация о гостях отеля:

- о факте прибытия и убытия, времени проживания, распорядке дня, посетителях и телефонных абонентах гостей;
- о содержании ведущихся гостем переговоров (в номере или в специально выделенных комнатах)
- информация, обрабатываемая с применением гостем или гостиницей различных средств связи.

2. Информация, обсуждаемая или обрабатываемая с применением технических средств во время совещаний в специально выделенных помещениях.
3. Коммерческая тайна.

Коммерческую тайну о деятельности отеля могут составлять сведения об отдельных финансовых показателях, о системе деловых связей, сведения по гостям, данные по кадрам, сведения по организации охраны и противопожарной безопасности.

Защита сведений, осуществляется посредством определенных организационно технических мероприятий. К организационным мерам следует отнести ограничение доступа к защищаемым сведениям и введение административной и правовой ответственности за их разглашение.

Технические меры имеют целью исключить утечку защищаемых сведений по техническим каналам:

- за счет прослушивания по акустическим и виброакустическим каналам
- за счет побочных электромагнитных излучений и наводок технических средств связи, электропитания, радиотелевизионной приемной аппаратуры, электробытовых приборов, оргтехники и т.д.;
- по оптическому каналу;
- за счет средств несанкционированного съема информации.

Технические меры защиты включают в себя:

- применение проектных решений, обеспечивающих требуемую звукоизоляцию
- ограждающих конструкций стен, полов потолков:
- оснащение окон защищаемых помещений защитными жалюзи, шторами, пленкой;
- использование сертифицированных средств технической защиты от побочных радиоизлучений
- периодическую проверку защищаемых помещений и установленных в них средств.

Финансовая безопасность гостиницы

Перед определением мер по обеспечению финансовой безопасности гостиницы необходимо выявить основные понятия, связанные с финансовой деятельностью гостиницы.

Финансовый потенциал гостиничного предприятия – это способность эффективно формировать, распределять и использовать финансовые ресурсы гостиницы с целью роста благосостояния его собственников и достижения социального эффекта.

Для оценки финансового потенциала гостиницы используются показатели финансового состояния предприятия, определяемые по формам бухгалтерской отчетности. Состав финансовых показателей может быть различным в зависимости от целей исследования.

Финансовые ресурсы – это денежные средства, обеспечивающие существование гостиницы и закрывающие все ее денежные траты. Финансовые ресурсы гостиничного предприятия формируются за счет:

- прибыли от всех видов хозяйственной деятельности;
- амортизационных отчислений на полное восстановление основных фондов и нематериальных активов:
- доходов, полученных от продажи ненужного имущества;
- доходов (дивидендов) по акциям и другим ценным бумагам, принадлежащим предприятию, других эмитентов;
- вкладов учредителей в уставный капитал;
- доходов от финансовых операций, кредитов;
- прочих поступлений, субсидий и других источников.

Все источники финансовых ресурсов гостиницы относятся к одному из следующих видов:

- собственные
- заемные
- привлеченные средства.

Собственные финансовые ресурсы — это базовая и основная часть всех финансовых ресурсов гостиничного предприятия, которая образуется на момент его создания и находится в его распоряжении на протяжении его существования.

Заемные финансовые средства — это долгосрочные и краткосрочные кредиты банков, а также ссуды.

Привлеченные средства — это средства других предприятий и организаций, временно находящиеся в обороте предприятия в связи с существующей системой расчетов. Сюда могут относиться какие-либо инвестиции.

В качестве мер по обеспечению финансовой безопасности гостиницы выделяют следующие:

1. Выявление и предотвращение воровства персонала
2. Контроль тарифной политики гостиницы.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Трудовые ресурсы в обеспечении безопасности гостиницы.
2. Особенности подбора сотрудников службы безопасности гостиницы.
3. Кадровая безопасность гостиницы.
4. Определение надежности персонала гостиницы.
5. Проверка лояльности сотрудников.
6. Современные проблемы и факторы угроз финансовой и экономической безопасности предприятия в России.
7. Финансовая безопасность гостиницы.

1. Учебная дисциплина - **Обеспечение безопасности гостиничного предприятия**

2. **РАЗДЕЛ 2. Ресурсы и направления обеспечения безопасности гостиницы /Тема 2.2 Направления обеспечения безопасности гостиничного предприятия**

3. Цель занятия. Изучить направления обеспечения безопасности гостиницы.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Пожаробезопасность. Особенности аварий и катастроф на пожаро - и взрывоопасных объектах. Организация и управление пожарной безопасностью. Защита населения при авариях на пожаро - и взрывоопасных объектах.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Антитеррористическая безопасность гостиницы. Паспорт безопасности места массового пребывания людей. Категоризация гостиниц в зависимости от террористической угрозы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Противопожарная защита имеет своей целью изыскание наиболее эффективных, экономически целесообразных и технически обоснованных способов и средств предупреждения пожаров и их ликвидации с минимальным ущербом при наиболее рациональном использовании сил и технических средств тушения.

Тема лекционного занятия «Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства».

Текст лекции.

Противопожарная защита имеет своей целью изыскание наиболее эффективных, экономически целесообразных и технически обоснованных способов и средств предупреждения пожаров и их ликвидации с минимальным ущербом при наиболее рациональном использовании сил и технических средств тушения.

Пожарная безопасность - это состояние объекта, при котором исключается возможность пожара, а в случае его возникновения используются необходимые меры по устранению негативного влияния опасных факторов пожара на людей, сооружения и материальных ценностей

Пожарная безопасность может быть обеспечена мерами пожарной профилактики и активной пожарной защиты.

Пожарная профилактика включает комплекс мероприятий, направленных на предупреждение пожара или уменьшение его последствий. Активная пожарная защита - меры, обеспечивающие успешную борьбу с пожарами или взрывоопасной ситуацией.

Горение - это химическая реакция окисления, сопровождающаяся выделением теплоты и света. Для возникновения горения требуется наличие трех факторов: горючего вещества, окислителя и источника загорания. Окислителями могут быть кислород, хлор, фтор, бром, йод, окиси азота и друге. Кроме того, необходимо чтобы горючее вещество было нагрето до определенной температуры и находилось в определенном количественном соотношении с окислителем, а источник загорания имел определенную энергию.

Наибольшая скорость горения наблюдается в чистом кислороде. При уменьшении содержания кислорода в воздухе горение прекращается. Горение при достаточной и надменной концентрации окислителя называется полным, а при его нехватке - неполным.

Процесс возникновения горения подразделяется на несколько видов.

1. Вспышка - быстрое сгорание горючей смеси, не сопровождающееся образованием сжатых газов.

2. Возгорание - возникновение горения под воздействием источника зажигания.

3. Воспламенение - возгорание, сопровождающееся появлением пламени.

4. Самовозгорание - явление резкого увеличения скорости экзотермических реакций, приводящее к возникновению горения вещества при отсутствии источника зажигания.

5. Самовоспламенение - самовозгорание, сопровождается появлением пламени.

6. Взрыв - чрезвычайно быстрое (взрывчатое) превращение, сопровождающееся выделением энергии с образованием сжатых газов.

Основными показателями пожарной опасности являются:

- температура самовоспламенения;
- концентрационные пределы воспламенения.

Температура самовоспламенения характеризует минимальную температуру вещества, при которой происходит резкое увеличение скорости экзотермических реакций, заканчивающееся возникновением пламенного горения.

Температура вспышки — самая низкая (в условиях специальных испытаний) температура горючего вещества, при которой над поверхностью образуются пары и газы, способные вспыхивать в воздухе от источника зажигания, но скорость их образования еще недостаточна для последующего горения.

Температура воспламенения - температура горения вещества, при которой оно выделяет горючие пары и газы с такой скоростью, что после воспламенения их от источника зажигание возникает устойчивое горение.

Организация и управление пожарной безопасностью

Государственная противопожарная служба является основным видом пожарной охраны и входит в состав Министерства по делам гражданской обороны, предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (МЧС) в качестве единой самостоятельной оперативной службы.

Антитеррористическая безопасность гостиницы

В данном разделе следует отталкиваться от Проекта постановления правительства РФ «Об утверждении требований к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения, оказывающих гостиничные услуги, и формы паспорта безопасности данных объектов».

Категоризация гостиниц в зависимости от террористической угрозы

В зависимости от возможных последствий совершения террористического акта в гостинице устанавливаются следующие категории гостиниц:

а) гостиница 1 категории – гостиница, в которой при определенных условиях может одновременно находиться более 1500 человек;

б) гостиница 2 категории – гостиница, в которой при определенных условиях может одновременно находиться от 700 до 1500 человек;

в) гостиница 3 категории – гостиница, в которой при определенных условиях может одновременно находиться от 50 до 700 человек;

г) гостиница 4 категории – гостиница, в которой при определённых условиях может одновременно находиться до 50 человек.

Расчет количества людей проводится путем проведения мониторинга одновременного пребывания и (или) передвижения людей на территории гостиницы людей в течение 3 дней, включая рабочие и выходные (праздничные) дни.

В зависимости от обстановки, складывающейся в районе расположения гостиницы, комиссией может быть принято решение о присвоении гостинице категории выше или ниже, чем это предусмотрено пунктом 10 настоящих требований.

Результаты работы комиссии оформляются актом обследования и категорирования гостиницы, который составляется в 5 экземплярах, подписывается всеми членами комиссии и является неотъемлемой частью паспорта безопасности гостиницы (далее –паспорт безопасности).

Паспорт безопасности места массового пребывания людей

На каждую гостиницу после проведения её обследования и категорирования комиссией составляется паспорт безопасности.

Паспорт безопасности составляется в 5 экземплярах, согласовывается с руководителями территориального органа безопасности, территориальных органов Министерства внутренних дел Российской Федерации, Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий и утверждается руководителем исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации (главой муниципального образования), на территории которого расположена гостиница.

Согласование паспорта безопасности осуществляется в течение 30 дней со дня его разработки.

Паспорт безопасности является информационно-справочным документом, который отражает состояние антитеррористической защищенности гостиницы и содержит перечень необходимых мероприятий по предупреждению (пресечению) террористических актов в гостинце.

Паспорт безопасности является документом, содержащим служебную информацию ограниченного распространения.

Первый экземпляр паспорта безопасности хранится в исполнительном органе государственной власти субъекта Российской Федерации (администрации муниципального образования), на территории которого расположено место массового пребывания людей, остальные экземпляры хранятся в территориальном органе безопасности, территориальных органах Министерства внутренних дел Российской Федерации и Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий и у собственника гостиницы.

При невозможности обеспечения собственником гостиницы сохранности экземпляра паспорта безопасности он передается на хранение в исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации (администрацию муниципального образования), на территории которого расположена гостиница.

Актуализация паспорта безопасности происходит не реже одного раза в 3 года, а также в следующих случаях:

а) изменение основного назначения и значимости гостиницы;

б) изменение общей площади и границ гостиницы;

в) изменение угроз террористического характера в отношении гостиницы;

г) возведение в границах гостиницы либо в непосредственной близости к нему каких-либо объектов.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Пожаробезопасность. Особенности аварий и катастроф на пожаро - и взрывоопасных объектах.
2. Организация и управление пожарной безопасностью.
3. Защита населения при авариях на пожаро - и взрывоопасных объектах.
4. Системы и средства тушения пожаров.
5. Антитеррористическая безопасность гостиницы.
6. Паспорт безопасности места массового пребывания людей.
7. Категоризация гостиниц в зависимости от террористической угрозы.

1. Учебная дисциплина - **Обеспечение безопасности гостиничного предприятия**

2. РАЗДЕЛ 3. **Основные меры по обеспечению безопасности гостиницы / Организационные решения создания системы безопасности в гостинице**

3. Цель занятия. Изучить меры по обеспечению безопасности гостиницы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Мероприятия по реализации мер безопасности гостиничного предприятия. Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Комплексное обеспечение безопасности гостиничного предприятия.	Опрос, оценка знаний студентов

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией
   Введение.

Средства и методы обеспечения безопасности гостиницы исходят из потенциальных угроз отелю. Среди угроз гостиничному предприятию можно выделить следующие

Тема лекционного занятия «Организационные решения создания системы безопасности в гостинице».
Текст лекции.

1. Чрезвычайные ситуации техногенного характера:

- пожар, спровоцированный несоблюдением или нарушением правил пожарной безопасности со стороны персонала гостиницы или гостей,
- спровоцированный неисправностью электрооборудования,
- спровоцированный взрывом газа при его утечке (особенно вероятно в ресторанах и барах службы питания гостиницы при использовании газового теплового оборудования);

1. Чрезвычайные ситуации природного характера — ураганы и оползни. Это характерно для гостиничных комплексов, расположенных в прибрежных зонах, зонах повышенной сейсмической активности;

2. Чрезвычайные ситуации криминального характера:

- кражи ценностей, документов, нападение на гостя или сотрудника гостиницы в номере, лифте или другом месте;
- нападение на кассу гостиницы в рабочее время или попытка ее вскрытия в нерабочее время;
- вооруженное нападение на номера, арендуемые в гостинице под офисы частными коммерческими структурами;

3. Чрезвычайные ситуации медицинского характера, вызванные физическими или психическими травмами (человеческий фактор).

Комплексное обеспечение безопасности гостиничного предприятия может быть обеспечено:

- рациональными проектными решениями гостиничных зданий;
- рациональными инженерно-техническими мероприятиями, средствами защиты объекта, исключающими или снижающими эффект воздействия от ожидаемой угрозы;
- рациональными организационными мероприятиями.

Применение системного подхода позволяет обеспечить требуемый уровень защиты гостиничного предприятия и минимизировать расходы для вновь

проектируемых систем. При этом, квалифицированные эксперты отмечают, что должны быть учтены следующие существенные факторы и обстоятельства:

- конкретное место расположения гостиничного предприятия и уровень криминогенной обстановки в прилегающем к отелю районе;
- объемно-планировочные решения, используемые в гостинице;
- организационная структура управления гостиницы и численность штатного персонала;
- жизненно важные центры гостиничного предприятия (коммуникации и средства жизнеобеспечения объекта);
- особенности характера круглосуточной и круглогодичной эксплуатации гостиничного объекта, влияющие на режим безопасности;
- существующая в данный момент организация охраны гостиницы.

На стадии разработки концепции защиты гостиничного предприятия должен быть проведен всесторонний анализ «ожидаемых угроз», в том числе:

- определение угроз, включая угрозы террористических актов, техногенного характера и чрезвычайных ситуаций;
- определение причин и условий, которые могут привести к возникновению угроз и снижению уровня безопасности гостиничного объекта;
- выявление направлений и степени опасности угроз, определение способов и путей проникновения потенциальных злоумышленников в гостиницу и/или реализации «ожидаемых угроз».

При разработке концепции безопасности гостиницы методически правильным будет исходить из следующих принципов:

1. Принцип персональной ответственности, согласно которому каждый сотрудник гостиницы, независимо от занимаемой должности несет персональную ответственность за сохранение режима безопасности на вверенном участке работы и в рамках своих должностных обязанностей.
2. Принцип ограничения полномочий — предусматривает выполнение физических мер обеспечения безопасности, в частности, введение запрета или ограничения доступа в определенные зоны гостиницы для отдельных категорий персонала отеля.
3. Принцип комплексности и комплектности обеспечения безопасности. Реализация принципа предполагает координацию усилий для выполнения поставленных задач.
4. Принцип разумной достаточности - исходит из установки, что стоимость охранных мероприятий не должна превышать величины ожидаемого ущерба.

Концепция безопасности гостиничного приятия представляет собой официально утвержденный генеральным директором или ее директоров гостиничного предприятия, как акционерного общества, документ, в котором отражена система взглядов, требований и условий организации мер безопасности гостей, персонала, собственности гостиничного предприятия.

Примерная структура разделов концепции гостиничного предприятия может выглядеть следующим образом:

1. Описание проблемной ситуации в сфере опасности гостиничного предприятия.

- перечень потенциальных и реальных угроз безопасности, их классификация и ранжирования по степени опасности.

- причины и факторы зарождения этих угроз.
- негативные последствия угроз для гостиничного предприятия.

2. Механизм обеспечения безопасности гостиничного предприятия.

- определение объекта и предмета безопасности гостиничного предприятия.
- формулирование политики и стратегии безопасности гостиничного предприятия.
- принципы обеспечения безопасности гостиничного предприятия.
- задачи обеспечении безопасности гостиничного предприятия.
- критерии и показатели безопасности гостиничного предприятия.
- создание структуры по управлению системой безопасности гостиничного предприятия.

3. Мероприятия по реализации мер безопасности гостиничного предприятия.

- формирование подсистем безопасности гостиницы (пожарная безопасность, физическая безопасности т.д.).
- определение субъектов безопасности гостиничного предприятия и их роли.
- расчет необходимых средств и определение методов обеспечения безопасности гостиницы.
- контроль и оценка процесса реализации концепции.

Практическая сторона разрабатываемой концепции связана с решением ряда задач, среди которых следует отметить следующие:

- составление перечня функциональных требований к системе безопасности.
- сопряжение и взаимосвязь выполняемых системой защиты функций.
- составление перечня необходимых организационных мер и технических средств.
- обеспечение оптимального взаимодействия инженерных и технических средств защиты.
- составление проекта сметной документации и сметной стоимости внедрения системы.

Технологическую базу для разработанной концепции безопасности гостиницы составляет использование технических достижений аппаратуры безопасности, интеграция функций всех технических систем в единый компъютеризированный комплекс, который объединяет ряд взаимоувязанных между собой подсистем.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Мероприятия по реализации мер безопасности гостиничного предприятия.
2. Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице.
3. Комплексное обеспечение безопасности гостиничного предприятия.

1. Учебная дисциплина - **Обеспечение безопасности гостиничного предприятия**

2. РАЗДЕЛ 3. **Основные меры по обеспечению безопасности гостиницы / Технические решения создания системы безопасности в гостинице**

3. Цель занятия. Изучить организационно-правовые формы организации деятельности общественного питания в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Система охраны гостиничных комплексов. Способы охраны объектов гостиничного предприятия. Охранная сигнализация.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Система тревожно вызывной сигнализации. Система управления доступом. Система телевизионного наблюдения. Комплекс технических средств безопасности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

1. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

В содержательном плане обеспечение безопасности стационарных объектов (здания гостиницы, его помещений и оборудования, объектов на территории отеля и т.д.) представляют собой многогранный процесс реализации охранных мероприятий, по большей части предупреждающего характера. Действительно, эффективной может считаться лишь такая система охраны, которая либо просто не позволяет злоумышленникам найти лазейку в режиме безопасности, либо создает возможность пресечения преступных посягательств на самой ранней стадии.

Тема лекционного занятия «Технические решения создания системы безопасности в гостинице»**.**

Текст лекции.

В основе разработки системы защиты объекта и организации ее функционирования лежит принцип создания последовательных рубежей безопасности, в которых угрозы должны быть своевременно обнаружены, а их распространению будут препятствовать надежные преграды. Такие рубежи должны располагаться последовательно, от ограждения вокруг территории отеля до здания и особо важных помещений, таких как жилая и административная зоны, кухня, ресторан и сейфовая зона.

К числу факторов, влияющих на выбор приемов и средств охраны, относятся:

- возможные способы преступных посягательств на охраняемый объект;
- характеристика технической укрепленности охраняемого объекта;
- наличие и характеристики средств охранно-пожарной сигнализации;
- наличие уязвимых мест в технической укрепленности объекта, которые известны только охране и службе безопасности;
- условия местности, на которой расположен объект, а также его конструктивные особенности;
- режим и характер работы охраняемого объекта, его технологические характеристики, имеющиеся на объекте материальные и финансовые ценности;
- режим охраны объекта;
- количественные и качественные характеристики сил охраны;
- вооруженность и техническая оснащенность охранников, наличие у них автотранспорта, средств связи, сигнализации и специальных средств.

Режим охраны объекта по времени может иметь круглосуточный, частичный (определенные часы суток) или выборочный характер. В зависимости от используемых сил и средств, необходимой плотности контроля территории и объекта режим охраны может быть простой или усиленный.

Основными принципами режима охраны являются:

- активность и предупредительный характер охраны, что заключается в опережающем выявлении признаков готовящегося проникновения нежелательных элементов и своевременном принятии мер по предупреждению этого проникновения;
- целесообразность и обоснованность организации охраны гостиничного объекта, своевременность ее усиления, рациональное использование сил и средств охраны;
- разумное сочетание собственных возможностей и возможностей сил правоохранительных органов для обеспечения безопасности гостиницы;
- осуществление охраны по единому плану;
- незаметность или демонстративность действий охраны в зависимости от ситуации, складывающейся на охраняемом объекте;
- максимальная информированность охраны обо всех событиях, происходящих в гостинице, для правильного определения ключевого звена, воздействие на которое позволяет обеспечить безопасность объекта охраны в целом.

Задачи режима охраны. В практике деятельности подразделений охраны по обеспечению безопасности выделяются две группы задач режима объекта:

- аналитические и предупредительные задачи
- процедурно-отражательные задачи.

Аналитические задачи решаются путем систематического сбора информации о субъектах преступной деятельности и состоянии собственного режима охраны. Главным здесь является соблюдение принципов непрерывности и постоянства сбора информации.

Решение предупредительных задач связано, в первую очередь, с созданием имиджа сильного и надежного режима охраны. Подобный имидж может быть создан серией имитационных мероприятий, демонстрирующих "неудачные" попытки посягательства на объект и мощное противодействие охраны преступникам. Все это может быть дополнено впечатляющей демонстрацией элементов режима охраны (внушительного вида охранники, современная охранная сигнализация, присутствие милиционера на объекте и т.д.). Предупредить покушение преступных элементов на охраняемый объект можно также путем его маскировки (это относится, например, к сейфам), перекрытия каналов распространения информации об охраняемых объектах и дезинформацией криминальных элементов о характере деятельности, состоянии режима охраны, объеме имеющихся на объекте ценностей и т.д.

Вторая группа задач режима охраны объекта решается путем своевременного обнаружения признаков готовящегося посягательства с последующим его отражением предварительно подготовленными силами и средствами. Как правило, подобное мероприятие (операцию) следует проводить во взаимодействии с сотрудниками органов внутренних дел, которые будут иметь возможность своевременно зафиксировать следы преступной деятельности. В тех случаях, когда время начала посягательства трудно предугадать, имеет смысл в отдельных случаях "подтолкнуть" преступников к началу посягательства. Это может быть достигнуто путем дезинформирования криминальных элементов.

Комплекс технических средств безопасности

Устанавливаемый комплекс средств и систем защиты должен быть адекватен возможной угрозе, т. е. средства и системы должны быть разумно достаточны. Невозможно, да и нецелесообразно, исключить любую возможность нанесения ущерба прежде всего по экономическим соображениям. Средства обеспечения безопасности весьма дороги, поэтому их выбор должен определяться действительно разумным анализом возможных рисков и ущерба.

Следующий принцип используемая аппаратура не должна создавать дополнительных препятствий и больших затруднений для нормального функционирования гостиницы как обслуживающему персоналу, так и гостям.

Система должна быть сбалансированной, т. е. средства защиты должны распределяться по возможности равномерно в соответствии со значимостью защищаемых зон.

Все применяемые меры и средства не должны создавать дополнительной опасности здоровью и жизни гостей и сотрудников гостиницы. Это касается в первую очередь обеспечения экстренной эвакуации в чрезвычайной обстановке.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Система охраны гостиничных комплексов.
2. Способы охраны объектов гостиничного предприятия.
3. Охранная сигнализация.
4. Система тревожно вызывной сигнализации.
5. Система управления доступом.
6. Система телевизионного наблюдения.
7. Комплекс технических средств безопасности.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина – **Обеспечение безопасности гостиничного предприятия**

2. **РАЗДЕЛ 1. Безопасность гостиничного предприятия: сущность и основные понятия**

Тема 1.1. Основы безопасности гостиничных предприятий

Тема 1.2 Организация и планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия

3. Цели занятия.

Изучение безопасности гостиничного предприятия.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные понятия в безопасности. Политика безопасности. Цели обеспечения безопасности предприятия. Типы стратегий безопасности. Принципы обеспечения безопасности. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Организация безопасности гостиницы. Структура службы безопасности гостиничного предприятия. Планирование работы службы безопасности гостиничного предприятия. Обеспечение материально-технической безопасности гостиницы.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического (семинарского) занятия – **Безопасность гостиничного предприятия: сущность и основные понятия**

Тема практического занятия: Безопасность гостиничного предприятия: сущность и основные понятия.

Форма практического задания: кейс-задание

Виды кейс-заданий

1. Разработайте стратегию безопасности конкретного известного вам предприятия, включая силы обеспечения, средства обеспечения и ресурсы обеспечения (задание для команд из 3-5 человек)
2. Найдите в России примеры каждого из типов гостиниц с кратким ее описанием. Назовите достоинства и недостатки каждого из видов номеров.
3. Назовите, что в известной вам гостинице является объектом для защиты и частью системы обеспечения ее безопасности (от каждого студента 3-5 примеров).
4. Назовите плюсы и минусы централизации и децентрализации в известной вам гостинице.
5. Разработайте Положение о службе безопсности конкретной гостиницы (задание на команду из 3-5 человек).
6. Разработайте план работы службы безопасности известной вам гостиницы на год.

7. Составьте проект создания и функционирования службы безопасности в известной вам гостинице, который будет включать выполнение всех заданий данного раздела.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Угрозы безопасности их классификация по сферам проявления:

A. Социально-экономические (внутренние, внешние), техногенные (внутренние, внешние), природные;

B. Экономические (внутренние, внешние), военные, политические (внутренние, внешние);

C. Аварии, катастрофы, хищения, пожары и т.д.

D. Политические (внутренние, внешние), техногенные (внутренние, внешние), природные;

E. Экономические (внутренние, внешние), политические (внутренние, внешние), природные;

F. Социально-экономические, катастрофы, хищения, пожары, и т.д.

2. Угрозы природного характера:

A. Ураганы, наводнения, выброс ядовитых и радиоактивных веществ, автокатастрофы;
B. Землетрясения, лесные пожары выброс ядовитых и радиоактивных веществ и т.д.
C. Ураганы, наводнения, землетрясения, массовые лесные пожары и т.д.
D. Нарушение СН и П, обрушение здания гостиницы, эпизоотии, эпидемии;
E. Выброс СДЯВ, нарушение ГОСТов, магнитные бури;
F. Ураганы, наводнения, нарушение ГОСТов, магнитные бури;

3. Пути решения проблем теневого бизнеса.

A. Либеральный, «репрессивный»;
B. Научный, экономический, демократический;
C. Политический, экономический;
D. Политический, научный, «репрессивный»;
E. Репрессивный, демократический, международный;
F. Общественно-политический, либеральный;

4. Основные объекты безопасности:

A. Государственная, частная собственность;
B. Финансы, права и свобода;
C. Частная собственность, личная безопасность;
D. Государственная граница, конституция;
E. Личность, общество, государство;
F. Территориальная целостность государства;

5. Обеспечение безопасности предприятия представляет собой комплекс мер:

A. Оперативных, административных, государственных, технических;
B. Правовых, технико-технологических, оперативных, внешнеэкономических;
C. Технико-технологических, оперативных, внешнеэкономических;
D. Правовых, административных, государственных, технических;
E. Организационно-правовых, международных, внешнеэкономических;
F. Организационно-правовых, социально-экономических, технико-технологических, административных;

6. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств.

A. Клиенты, персонал, финансовые средства, материальные средства, информационные ресурсы, технические средства и системы охраны;

B. VIP клиенты, акции, служебные переговоры, конфиденциальные связи, банковские счета, личный транспорт;

C. Финансовые, материально-технические средства, личные сбережения, конфиденциальная информация, члены семьи руководителя;

D. Государственная граница, конституция, территориальная целостность государства;

E. Служебные переговоры, конфиденциальные связи, банковские счета;

F. Клиенты, персонал, финансовые средства, личные связи;

7. Что относится к субъектам безопасности предприятия:

A. Законодательные, правоохранительные органы, органы исполнительной власти, суды, научно-образовательные учреждения;

B. Прокуратура, адвокатура, правоохранительные органы, суды;

C. Правоохранительные органы, суды, ФСБ, ОВД;

D. Законодательные, правоохранительные органы, общественные организации;

E. Исправительные учреждения, суды, адвокатура, научно-образовательные учреждения;

F. Общественные организации суды, адвокатура, научно-образовательные учреждения;

8. Организационно системы безопасности фирмы (предприятия) состоит:

A. Органы правопорядка, частные охранные предприятия, экипировка;

B. Частные охранные предприятия, совет безопасности, средства доставки и охраны;

C. Средства доставки и охраны, ресурсы обеспечения безопасности;

D. Ресурсы обеспечения безопасности, органы правопорядка, частные охранные предприятия;

E. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности;

F. Силы правоохранительных органов, служба безопасности, средства доставки и охраны;

9. Угроза это:

A. Действие, направленное на ущемление жизненно важных интересов личности;

B. Потенциально возможное или реальное действие злоумышленников, способное нанести моральный или материальный ущерб;

C. Потенциально возможное или реальное действие злоумышленников с целью завладения государственной собственности;

D. Действие, направленное на ущемление прав и свобод граждан;

E. Действие, направленное на ущемление прав и свобод граждан и общественных организаций;

F. Убийство, угроза физической расправы, ограбление;

10. Состав кризисной группы.

A. Генеральный директор, представители ФСБ, МВД, МЧС, сотрудники охраны и др.;

B. Руководитель фирмы, юрист, финансист, руководители линейных подразделений, руководитель службы безопасности и др.;

C. Руководитель фирмы, юрист, резервная группа службы безопасности;

D. Руководитель фирмы, финансист, представители ФСБ, МВД, МЧС;

E. Сотрудники правоохранительных органов, руководитель службы безопасности, резервная группа службы безопасности;

F. Представители ФСБ, МВД, МЧС; руководитель службы безопасности, резервная группа службы безопасности;

1. Учебная дисциплина – Обеспечение безопасности гостиничного предприятия

2. **РАЗДЕЛ 2. Ресурсы и направления обеспечения безопасности гостиницы**

Тема 2.1. Роль трудовых, информационных и финансовых ресурсов в обеспечении безопасности гостиницы

Тема 2.2 Направления обеспечения безопасности гостиничного предприятия

3. Цели занятия.

Изучение ресурсов и обеспечения безопасности гостиницы.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Кадровая безопасность гостиницы. Определение надежности персонала гостиницы. Проверка лояльности сотрудников. Современные проблемы и факторы угроз финансовой и экономической безопасности предприятия в России. Финансовая безопасность гостиницы	Опрос, оценка знаний студентов
2	Системы и средства тушения пожаров. Антитеррористическая безопасность гостиницы.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Ресурсы и направления обеспечения безопасности гостиницы.

Форма практического задания: кейс-задание.

Виды кейс-заданий:

1. Проведите в игровой форме подбор сотрудников, исходя из требований, указанных в лекционном материале.
2. Разработайте систему выявления надежного персонала для конкретной гостиницы, используя материал подпункта.
3. Разработайте комплекс мер по обеспечению финансовой безопасности известной вам гостиницы.
4. Посмотрите фильмы о пожарах в гостиницах «Россия» и «Ленинград» и составьте список ошибок, допущенных при ликвидации пожаров, а также перечень действий, который бы позволил минимизировать потери или вообще не допустить пожар.
5. Приведите примеры атак на информационные ресурсы конкретной гостиницы и составьте перечень мер по предотвращению подобных угроз.
6. Заполните паспорт безопасности для конкретной гостиницы.
7. Составьте расширенный план проведения аудита безопасности известной вам гостиницы (задание на команду из 3-5 человек).
8. Составьте проект комплекса мер по обеспечению безопасности конкретной гостиницы, который будет включать выполнение всех заданий данного раздела.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

11. Формы недобросовестной конкуренции.

A. Экономическое подавление, промышленный или коммерческий шпионаж, прямое физическое подавление;

B. Использование логотипов фирмы, коммерческий шпионаж, шантаж;

C. Использование демпинговых цен, экономическое подавление, угроза применения насилия;

D. Ведение двойной бухгалтерии, привлечение налоговой инспекции, шантаж;

E. Подкуп сотрудников, промышленный шпионаж, использование демпинговых цен;

F. Экономическое подавление, ведение двойной бухгалтерии, подкуп сотрудников;

12. Главная цель создания кризисной группы.

A. Решение внезапно возникающих задач;

B. Консультативная роль при принятии руководителем стратегических решений;

C. Ликвидация угроз, защита интересов предприятия;

D. Противодействие внешним угрозам безопасности фирмы;

E. Недопущение возникновения угроз, ликвидация последствий;

F. Проведение внутренних расследований, предупреждение пожаров;

13. Преимущества применения ТСО.

A. Неподверженность (в отличие от людей) усталости, невнимательности, неподкупность, невозможность обмана, мгновенность реакции и точность выполнения заложенных функций;

B. Доступность программного обеспечения, независимость от погодных условий, возможность дублированного управления, высокая надежность в эксплуатации;

C. Современный дизайн, регулярное программное обеспечение и техническое обслуживание, точность выполнения установленных программ;

D. Высокая надежность в эксплуатации, доступность, мгновенность реакции и точность выполнения заложенных функций;

E. Точность выполнения заложенных функций, возможность своевременного программирования, самоокупаемость;

F. Мгновенность реакции и точность выполнения заложенных функций, всепогодность;

14. Структура концепции безопасности.

A. Подсистемы безопасности, силы, ресурсы и средства безопасности;

B. Подсистема противопожарной безопасности, видеонаблюдения, обеспечение безопасности руководителя;

C. Выявление, оценка, ликвидация угроз;

D. Описание проблемной ситуации, механизм обеспечения безопасности, мероприятия по реализации мер безопасности;

E. Подсистема противопожарной безопасности, технические средства охраны, подсистема информационной безопасности и др.;

F. Подсистема информационной безопасности, определение направления угроз и их ликвидация;

15. Система телевизионного наблюдения включает

A. Рабочее место оператора, монитор, клавиатуру;

B. Видеомагнитофон, фотокамеры, видеокамеры и мониторы;

C. Видеокамеры, системы записи, системы воспроизведения;

D. Телевизионные камеры, аппаратуру обработки информации, мониторы;

E. Рабочее место оператора, системы воспроизведения, аппаратуру обработки информации;

F. Телевизионные камеры, фотокамеры, видеокамеры и мониторы;

16. Ресурсы обеспечения безопасности фирмы по своим размерам могут быть:

A. Недостаточными, избыточными, адекватными характеру угрозы;

B. Убыточными, окупаемыми, самоокупаемыми;

C. Приемлемыми, достаточными, недостаточными;

D. Окупаемыми, самоокупаемыми, недостаточными, избыточными;

E. Приемлемыми, окупаемыми, самоокупаемыми;

F. Адекватными характеру угроз, достаточными, недостаточными;

17. Основные цели системы безопасности:

A. Выявление и уничтожение источника утечки конфиденциальной информации;

B. Нейтрализация, пресечение, локализация угроз, обеспечение личной безопасности руководителя;

C. Обеспечение личной безопасности руководителя, отражение и уничтожение угроз;

D. Обеспечение режима доступа на территорию гостиницы и уничтожение угроз;

E. Организация охраны и режима доступа на территорию гостиницы;

F. Выявление, предотвращение, нейтрализация, пресечение, локализация, отражение и уничтожение угроз;

18. Примерная структура службы безопасности

A. Кризисная группа, посты охраны порядка, телохранители;

B. Руководитель, технический персонал, охрана, сотрудники ОВД;

C. Посты охраны порядка, телохранители, детектив, отдел контроля и режима;

D. Руководитель, совет по безопасности, охрана, сотрудники ОВД;

E. Сектор охраны, сектор режима, сектор технической защиты, сектор оперативной работы;

F. Совет по безопасности, детектив, отдел контроля и режима;

19. Зоны доступности (безопасности).

A. Прилегающая территория, холл, служебные помещения и т.д.;

B. Касса, кабинет директора, VIP номера и т.д.;

C. Секретная, не секретная, общедоступная;

D. VIP номера, приемно-вестибюльная группа, бухгалтерия;

E. Общедоступная, регистрационная, режимная;

F. Свободная, наблюдаемая, регистрационная, режимная;

20. Основные функции управления безопасностью

A. Равномерное распределение обязанностей среди сотрудников службы безопасности;

B. Организация, регулирование, строгое и четкое выполнение плановых мероприятий;

C. Планирование, контроль выполнения решений совета безопасности;

D. Выполнение плановых мероприятий, контроль выполнения пропускного режима;

E. Целесообразность принимаемых решений, строгое и четкое выполнение плановых мероприятий;

F. Прогнозирование, планирование, организация, регулирование, мотивация и контроль;

1. Учебная дисциплина – **Обеспечение безопасности гостиничного предприятия**

2. **РАЗДЕЛ 3. Основные меры по обеспечению безопасности гостиницы**
Тема 3.1 Организационные решения создания системы безопасности в гостинице
Тема 3.2 Технические решения создания системы безопасности в гостинице.

3. Цели занятия.

Изучение мер по обеспечению безопасности гостиницы.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Принципы концепции безопасности в гостинице. Мероприятия по реализации мер безопасности гостиничного предприятия.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Комплекс технических средств безопасности. Рекомендации по проведению работ по оснащению гостиницы комплексом безопасности.	Опрос, оценка знаний студентов

Тема практического занятия: Основные меры по обеспечению безопасности гостиницы.

Форма практического задания: кейс-задание.

Виды кейс-заданий:

1. Разработайте инструкцию по предотвращению одного из сценариев угроз гостинице, представленной в данном подпункте.
2. Составьте систему реагирования на существующие угрозы безопасности для конкретной гостиницы, включая комплекс решений, изложенных в лекции.
3. Разработайте комплекс технических решений по обеспечению безопасности известной вам гостиницы.
4. Составьте проект по созданию комплекса организационных и технических мер обеспечения безопасности конкретной гостиницы, который будет включать выполнение всех заданий данного раздела.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

21. Формы отношений между участниками рынка:

A. Сотрудничество, взаимодействие, соперничество, конкуренция, противоборство;

B. Сотрудничество, взаимопомощь, взаимозаменяемость, поддержка, состязательность, конкуренция;

C. Сотрудничество, неподкупность, солидарность, обмен информацией, соперничество, подкуп, коммерческий шпионаж;

D. Обмен информацией, соперничество, подкуп, недобросовестная конкуренция;

E. Взаимодействие, соперничество, обмен взаимовыгодной информацией;

F. Сотрудничество, противоборство, подкуп сотрудников;

22. Недобросовестная конкуренция это:

A. Применение в конкурентной борьбе методов, связанных с нарушением принятых на рынке норм и правил;

B. Продажа услуг ниже себестоимости с целью подрыва позиций конкурента и дальнейшего вытеснения его с рынка;

C. Установление контроля над деятельностью конкурента с целью подрыва его позиций;

D. Применение в конкурентной борьбе методов допустимых уголовным кодексом;

E. Продажа услуг ниже себестоимости, шантаж, подкуп ведущих сотрудников;

F. Установление контроля над деятельностью конкурента с целью прекращения его действий;

23. Информационно-аналитическая деятельность заключается:

A. В сборе, обработке, накоплении, анализе, хранении и предоставлении руководству фирмы документированной информации;

B. В разработке, создании и эксплуатации банков данных и автоматизированных информационных систем;

C. В создании и эксплуатации банков данных, использовании информационных ресурсов;

D. В анализе, хранении и предоставлении руководству фирмы информации о конкурентах;

E. В формировании информационных ресурсов, использовании информационных ресурсов;

F. В формировании информационных ресурсов о конкурентах;

24. Сотрудничество это –

A. Широкие совместные действия самостоятельных участников рынка, направленные на достижение высоких прибылей от реализации гостиничных услуг;

B. Форма отношений, характеризующаяся согласованностью действий по цели, месту и времени достижения максимального эффекта и получения максимальной прибыли;

C. Антагонистичная борьба за более выгодные условия производства и сбыта совместно с профильными фирмами;

D. Форма отношений, предоставляющая равные права взаимодействующим субъектам рынка для достижения высоких прибылей от реализации гостиничных услуг;

E. Достижения максимального эффекта и получения максимальной прибыли доступными средствами;

F. Взаимодействие профильных фирм на основе законодательств РФ;

25. Последовательность действий для проведения аудита безопасности:

A. Подбор группы контроля всесторонняя проверка всех структур, выработка рекомендаций завершение аудита;

B. Подготовка к проведению аудита безопасности, проведение и завершение аудита;

C. Определение объема и масштаба аудита и установление конкретных сроков работы, составление итогового отчета;

D. Сбор и проверка статистических данных и результатов инструментальных измерений опасностей и угроз;

E. Проверка всех структур, выработка рекомендаций завершение аудита;

F. Проведение, выработка рекомендаций и завершение аудита;

26. Завершение аудита предполагает:

A. Подведение итогов работы, устранение выявленных нарушений, издание приказа;

B. Регистрация, сбор и проверка статистических данных и результатов инструментальных измерений опасностей и угроз, оценка результатов проверки;

C. Составление итогового отчета, устранение выявленных нарушений, издание приказа;

D. Составление итогового отчета, разработка плана мероприятий по устранению узких мест и недостатков в обеспечении безопасности фирмы;

E. Выработка рекомендаций завершение аудита;

F. Устранение выявленных нарушений, издание приказа;

27. Конкуренция это:

A. Острая антагонистическая борьба между участниками рыночных отношений за завоевание и монопольное владение рынком сбыта;

B. Антагонистичная борьба за завоевание и монопольное владение рынком сбыта;

C. Использование методов граничащих с уголовным наказанием;

D. Антагонистичная борьба за более выгодные условия производства и сбыта, за получение наибольшей прибыли, которая достигается различными путями, вплоть до новой конкуренции, основанной на сбивании цен на услуги;

E. Нарушения прав конкурентов на собственность, систематическое, скрытое использование наименований конкурента, несанкционированное воспроизводство услуг (продукции) конкурента;

F. Использование в своих корыстных целях сотрудников правоохранительных органов;

28. Ограничительная деловая практика это:

A. Совокупность приемов монополистического давления на партнеров в торговле и потребителей, применяемых для захвата, удержания и реализации господствующего положения на рынках на основе ограничения конкуренции;

B. Промышленный или коммерческий шпионаж, который подразумевает противоправное завладение коммерческими секретами конкурента для извлечения собственных выгод;

C. Прямое физическое подавление, представляющее собой преступные посягательства на жизнь и здоровье персонала предприятия;

D. Давление на партнеров в торговле и потребителей, с целью завладения их бизнесом;

E. Противоправное завладение коммерческими секретами конкурента для извлечения собственных выгод;

F. Привлечение правоохранительных и налоговых органов в конкурентной борьбе;

29. Неправомерному овладению конфиденциальной информацией способствуют:

A. Подкуп сотрудников, хищение источников информации, установка прослушивающих устройств, превышение должностных полномочий;

B. Социальная не стабильность в коллективе фирмы;

C. Промышленный шпионаж со стороны конкурентов;

D. Утечка информации по техническим каналам, продажность сотрудников;

E. Разглашение информации ее обладателем, утечка информации по техническим каналам, несанкционированный доступ к информации со стороны злоумышленников;

F. Подкуп ведущих сотрудников предприятия, несанкционированное распространение конфиденциальной информации, незаконное использование своих прав государственными служащими;

30. Основные направления повышения квалификации сотрудников службы безопасности:

A. Обучение всех сотрудников СБ применению специальных средств, оказанию первой медицинской помощи, обучение всего персонала действиям при чрезвычайных ситуациях;

B. Материальная и административная ответственность;

C. Проведение практических инструктажей и тренингов;

D. Систематический отчет руководителя службы безопасности о подготовке сотрудников;

E. Обучение руководителей и сотрудников СБ действиям с планами при чрезвычайных обстоятельствах, изучение порядка использования специальных средств и мер безопасности при обращении с ними;

F. Обучение руководителей и сотрудников СБ по узким функциональным проблемам, обучение сотрудников непосредственно в подразделениях СБ, обучение всего руководящего состава по наиболее актуальным вопросам.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЦЕ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения

размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Дополнительные услуги как часть услуг гостиничного предприятия	
Тема 1.1 Виды дополнительных услуг в гостинице	Праздники и зрелища в истории развития индустрии гостеприимства. Досуг в России с древнейших времен до наших дней. Народные игры, развлечения, забавы. Дополнительные услуги индустрия гостеприимства в России: современное состояние и перспективы развития. Развитие дополнительных услуг гостиниц в Древней Греции и Риме. Формы отдыха в эпоху средневековья.
Тема 1.2 Технологии оказания дополнительных услуг в гостинице	Экстремальные развлечения отдыха в гостиничных комплексах. Спортивные праздники в истории гостиниц. Костюмированные тематические мероприятия. Особенности семейных досуговых программ. Деловые игры: предназначение и особенности организации. История развития медицинских и косметологических процедур в гостиницах. Современные интеллектуальные игры. Организация досуга гостей гостиничного комплекса. Услуги спа-салонов для гостиничных предприятий.
Раздел 2. Организация деятельности предприятий питания и услуг в составе гостиницы	
Тема 2.1 Организация работы предприятий общественного питания	Сущность и назначение предприятий общественного питания. Основные понятия и определение предприятий общественного питания как сферы деятельности. Роль специалистов в деятельности предприятий общественного питания.
Тема 2.2 Виды услуг питания в гостинице	Общая характеристика индустрии. Историческое развитие и становление ресторанного сервиса в России и за рубежом. Особенности организации услуг предприятия общественного питания в гостиничном комплексе. Особенности оформления столов и залов. Виды услуг питания в гостиничных комплексах.
Раздел 3. Спортивно-оздоровительные услуги в гостиницах	
Тема 3.1. Оздоровительные	Организация медицинского обслуживания клиентов отеля.

услуги в гостинице	Должностные обязанности персонала оздоровительного центра отеля. Оздоровительные залы с полным обслуживанием (бассейн, солярий, тренажерный гимнастический залы, массаж, русская, финская и турецкая бани и т.д.).
Тема 3.2. Спортивные услуги в гостинице	Специфика организации спортивно-оздоровительные услуг отелей. Виды лечебно-оздоровительных услуг. Фитнес-центр.
Раздел 4. Бизнес-центр, его необходимость и предназначение, спектр предоставляемых услуг	
Тема 4.1. Бизнес-центр, его необходимость и предназначение	Услуги бизнес-центра, Услуги конференц - залов. Развитие средств размещений, специализирующихся на обслуживании бизнес клиентов. Применение форм отчетных (платежных) документов в процессе оплаты дополнительных гостиничных услуг.
Тема 4.2. Спектр предоставляемых бизнес-центром услуг	Особенности проведения конференций различного типа. Формирование базы данных о клиенте. Организация работы с поставщиками услуг и посетителями. Формирование программы мероприятий. Структура программы. Отличия программ для разных мероприятий. Технические требования к помещению, рабочему пространству для организации мероприятия. Фирменный стиль. Разработка имиджа, логотипа, бренда, печатной продукции мероприятия.
Раздел 5. Конгрессные возможности гостиницы. Организация обслуживания конгрессных мероприятий	
Тема 5.1 Конгрессные возможности гостиницы**.**	Организационные основы проведения конгрессных мероприятий. Особенности организации конгрессных мероприятий.
Тема 5.2 Организация обслуживания конгрессных мероприятий	Организация системной работы по поиску и привлечению докладчиков. Организация совместной работы с партнерами конгрессного мероприятия, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми предприятиями Логистика конгрессных мероприятий. Технические требования к помещению, рабочему пространству для организации мероприятия Коммуникационное пространство конгрессного мероприятия. Организация регистрации участников, кофе-брейков и зон для общения. Организация питания. Организация встреч, переговоров, биржа деловых контактов. Брендинг партнеров. Сопутствующие мероприятия конгрессной деятельности. Обоснования для включения в программу презентаций, церемоний вручения премий, мероприятия культурной и светской программы, программы для сопровождающих лиц как элемент программы
Раздел 6. Транспортное обслуживание в гостиницах	
Тема 6.1 Транспортные услуги в гостинице	Классификация транспортных перевозок. Особенности транспортных услуг. Функции транспортных услуг в туризме. Безопасность в путешествиях. Страхование при поездках. Средства транспорта по классификации UNWTO.

	Обслуживание программных мероприятий
Тема 6.2 Транспортные технологии в гостинице	Транспортные технологии в туризме и гостеприимстве. Воздушный, водный, сухопутный транспорт. Гражданский кодекс РФ, глава 40 «Перевозка»: значение; содержание. Министерство транспорта РФ: функции; структурные подразделения. Основные документы, регулирующие перевозки пассажиров железнодорожным транспортом в международном и внутреннем сообщениях. Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации: значение; содержание. Права и обязанности пассажиров, пользующихся железнодорожным транспортом. Права, обязанности и ответственность железных дорог при пассажирских перевозках
Раздел 7. Предоставление экскурсионного обслуживания	
Тема 7.1 Организация экскурсионного обслуживания в гостинице	Организация деятельности гидов.
Тема 7.2 Технологии экскурсионного обслуживания в гостинице	Виды экскурсий. Технологии обслуживания гостей во время экскурсий .
Раздел 8. Гостиничные анимационные программы и услуги.	
Тема 8.1 Особенности гостиничной анимации	Функции туристской анимации, типология, виды и специфика анимационных программ. Гостиничные анимационные программы и услуги. Понятие «технология создания анимационных программ»
Тема 8.2 Тематические парки как объекты досуговой индустрии	Методика и правила проведения игр, конкурсов и викторин для детей и взрослых. Гольф-клубы как учреждения для элитного отдыха. Зарубежный опыт организации досуговой деятельности на современном этапе и пути его внедрения в России. Перспективы развития боулинг-центров. Аквапарки как вид тематических парков. Тематические парки мира как объекты досуговой индустрии. Исторические формы организации досуга.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков, и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии».

Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий, обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Дополнительные услуги как часть услуг гостиничного предприятия

Тема 1.1 Виды дополнительных услуг в гостинице

1. Методика и правила проведения игр, конкурсов и викторин для детей и взрослых.
2. Гольф-клубы как учреждения для элитного отдыха.
3. Зарубежный опыт организации досуговой деятельности на современном этапе и пути его внедрения в России.

Тема 1.2 Технологии оказания дополнительных услуг в гостинице

1. Перспективы развития боулинг-центров.
2. Аквапарки как вид тематических парков.
3. Тематические парки мира как объекты досуговой индустрии.
4. Исторические формы организации досуга.

Раздел 2. Организация деятельности предприятий питания и услуг в составе гостиницы

Тема 2.1 Организация работы предприятий общественного питания

1. Виды дополнительных услуг ресторанов,
2. Виды дополнительных услуг лобби-баров,
3. Виды дополнительных услуг кафе на предприятии индустрии гостеприимства.
4. Организация мини-баров.
5. Организация доставки питания в номера.
6. Виды услуг питания в гостиничных предприятиях и методы обслуживания.

Тема 2.2 Виды услуг питания в гостинице

1. Базовые ресторанные услуги гостиничного предприятия.
2. Завтрак с доставкой в номер.
3. Takeaway. Branch.
4. Банкетное обслуживание.
5. Специальные формы обслуживания.

Раздел 3. Спортивно-оздоровительные услуги в гостиницах

Тема 3.1. Оздоровительные услуги в гостинице

Оздоровительные залы с полным обслуживанием (бассейн, солярий, тренажерный гимнастический залы, массаж, русская, финская и турецкая бани и т.д.).

Виды лечебно-оздоровительных услуг.

Тема 3.2. Спортивные услуги в гостинице

1. Оздоровительные залы с полным обслуживанием (бассейн, солярий, тренажерный гимнастический залы, массаж, русская, финская и турецкая бани и т.д.).

Раздел 4. Бизнес-центр, его необходимость и предназначение, спектр предоставляемых услуг

Тема 4.1. Бизнес-центр, его необходимость и предназначение

1. Услуги бизнес-центра,
2. Услуги конференц - залов.
3. Развитие средств размещений, специализирующихся на обслуживании бизнес клиентов.

Тема 4.2. Спектр предоставляемых бизнес-центром услуг

1. Применение форм отчетных (платежных) документов в процессе оплаты дополнительных гостиничных услуг.
2. Государственное регулирование гостиничной деятельности и деятельности других средств размещения.
3. Технические регламенты и национальные стандарты по обеспечению качества и безопасности оказания услуг санаторно-курортными гостиницами, горнолыжными отелями и иными средствами размещения.

Раздел 5. Конгрессные возможности гостиницы. Организация обслуживания конгрессных мероприятий

Тема 5.1 Конгрессные возможности гостиницы.

1. Основы проведения конгрессных мероприятий.
2. Особенности организации конгрессных мероприятий.
3. Применение форм отчетных (платежных) документов в процессе оплаты дополнительных гостиничных услуг.

Тема 5.2 Организация обслуживания конгрессных мероприятий

1. Государственное регулирование гостиничной деятельности и деятельности других средств размещения.
2. Технические регламенты и национальные стандарты по обеспечению качества и безопасности оказания услуг санаторно-курортными гостиницами, горнолыжными отелями и иными средствами размещения.

Раздел 6. Транспортное обслуживание в гостиницах

Тема 6.1 Транспортные услуги в гостинице

1. Классификация транспортных перевозок.
2. Особенности транспортных услуг.
3. Функции транспортных услуг в туризме.
4. Безопасность в путешествиях.
5. Страхование при поездках.
6. Средства транспорта по классификации UNWTO.
7. Обслуживание программных мероприятий.
8. Транспортные технологии в туризме и гостеприимстве.

Тема 6.2 Транспортные технологии в гостинице

1. Воздушный, водный, сухопутный транспорт.

2. Гражданский кодекс РФ, глава 40 «Перевозка»: значение; содержание.
3. Министерство транспорта РФ: функции; структурные подразделения.
4. Основные документы, регулирующие перевозки пассажиров железнодорожным транспортом в международном и внутреннем сообщениях.
5. Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации: значение; содержание.
6. Права и обязанности пассажиров, пользующихся железнодорожным транспортом.
7. Права, обязанности и ответственность железных дорог при пассажирских перевозках.

Раздел 7. Предоставление экскурсионного обслуживания
Тема 7.1 Организация экскурсионного обслуживания в гостинице

1. Методика и правила проведения игр, конкурсов и викторин для детей и взрослых.
2. Гольф-клубы как учреждения для элитного отдыха.
3. Зарубежный опыт организации досуговой деятельности на современном этапе и пути его внедрения в России

Тема 7.2 Технологии экскурсионного обслуживания в гостинице

1. Перспективы развития боулинг-центров.
2. Аквапарки как вид тематических парков.
3. Тематические парки мира как объекты досуговой индустрии.
4. Исторические формы организации досуга.

Раздел 8. Гостиничные анимационные программы и услуги.

Тема 8.1 Особенности гостиничной анимации

1. Монтаж как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ.
2. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
3. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
4. Этапы планирования event - мероприятия
5. Области использования event – менеджмента

Тема 8.2 Тематические парки как объекты досуговой индустрии

1. Праздники и зрелища в истории мировой культуры.
2. Досуг в России с древнейших времен до наших дней. Народные игры, развлечения, забавы.
3. Индустрия развлечений в России: современное состояние и перспективы развития.
4. Развлечения в Древней Греции и Риме.
5. Формы отдыха в эпоху средневековья.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Дополнительные услуги как часть услуг гостиничного предприятия
Тема 1.1 Виды дополнительных услуг в гостинице

Тема 1.2 Технологии оказания дополнительных услуг в гостинице

Раздел 2. Организация деятельности предприятий питания и услуг в составе гостиницы

Тема 2.1 Организация работы предприятий общественного питания

Классификация предприятий (объектов) общественного питания	
Признак классификации	**Классификационные группы**
По характеру деятельности* * - ПОП любых типов могут оказывать услуги по организации кейтеринга (в т.ч. выездного обслуживания)	Предприятия (объекты): - организующие производство продукции ОП с возможностью доставки потребителям: заготовочные фабрики, цехи по производству полуфабрикатов и кулинарных изделий и др. - организующие производство, реализацию продукции ОП и обслуживание потребителей с потреблением на месте и на вынос (вывоз) с возможностью доставки: ресторан, кафе, бары, столовые, закусочные, буфеты - организующие реализацию продукции ОП с возможным потреблением на месте: магазины (отделы)
По типам	Ресторан, кафе, бар, столовая, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, магазин (отдел) кулинарии
По мобильности	Стационарные или передвижные
По организации производства продукции ОП	Предприятия (объекты), работающие на сырье (с полным технологическим циклом), полуфабрикатах (доготовочные), комбинированные
По уровню обслуживания	Предприятия (объекты) класса (категории) люкс, высший, первый
По месторасположению	Общедоступные и закрытого типа, обслуживающие определенный контингент потребителей
По времени функционирования	Постоянно действующие, сезонные (летние)

Тема 2.2 Виды услуг питания в гостинице

Раздел 3. Спортивно-оздоровительные услуги в гостиницах
Тема 3.1. Оздоровительные услуги в гостинице

Тема 3.2. Спортивные услуги в гостинице

Раздел 4. Бизнес-центр, его необходимость и предназначение, спектр предоставляемых услуг

Тема 4.1. Бизнес-центр, его необходимость и предназначение

Тема 4.2. Спектр предоставляемых бизнес-центром услуг

Раздел 5. Конгрессные возможности гостиницы. Организация обслуживания конгрессных мероприятий

Тема 5.1 Конгрессные возможности гостиницы.

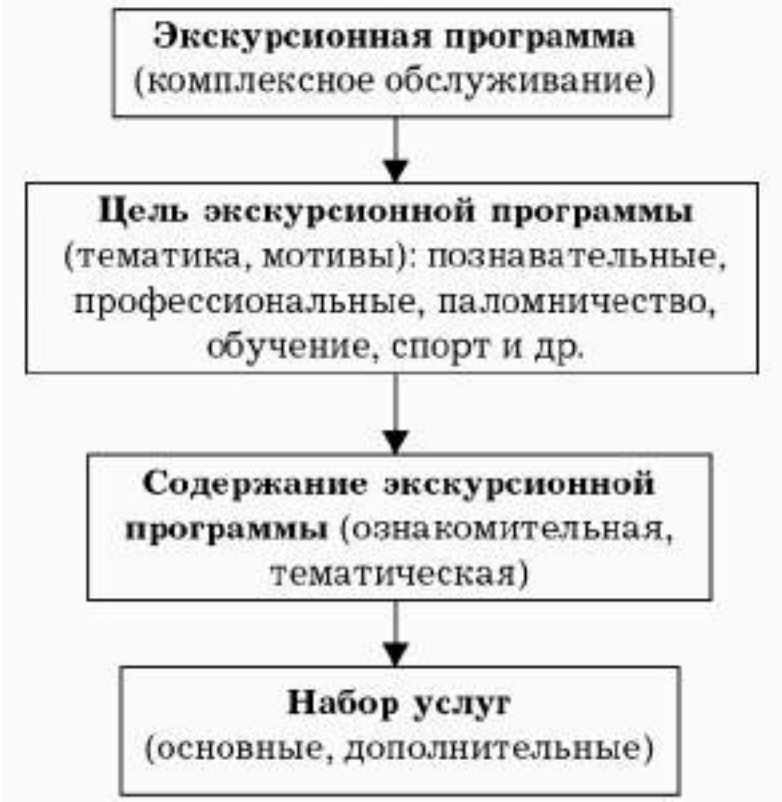
Тема 5.2 Организация обслуживания конгрессных мероприятий

Раздел 6. Транспортное обслуживание в гостиницах

Тема 6.1 Транспортные услуги в гостинице

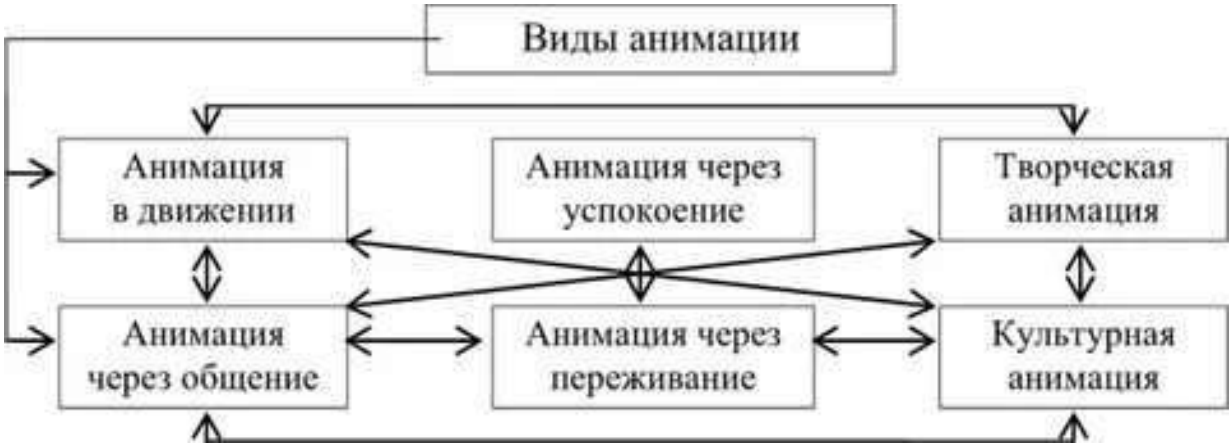
Тема 6.2 Транспортные технологии в гостинице

Раздел 7. Предоставление экскурсионного обслуживания
Тема 7.1 Организация экскурсионного обслуживания в гостинице



Тема 7.2 Технологии экскурсионного обслуживания в гостинице

Раздел 8. Гостиничные анимационные программы и услуги.
Тема 8.1 Особенности гостиничной анимации



Тема 8.2 Тематические парки как объекты досуговой индустрии

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или

печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).
4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).
5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач.

Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **Проектирование дополнительных услуг в гостинице**
2. **Раздел 1. Дополнительные услуги как часть услуг гостиничного предприятия**
3. Цели занятия.
-изучить дополнительные услуги гостиницы

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	**Дополнительные услуги как часть услуг гостиничного предприятия**	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 1.1 Виды дополнительных услуг в гостинице

Введение

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т. п.

Услуги, предоставляемые в гостиницах, подразделяются на основные и дополнительные, которые в свою очередь бывают бесплатными и платными.

К основным услугам относятся услуги проживания и, в последнее время, к ним стали относить и питание.

К бесплатным гостиничным услугам в соответствии с “Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ”, утверждённых постановлением Правительства РФ №490 от 25.04.97 относятся:

1. вызов скорой помощи;
2. пользование медицинской аптечкой;
3. доставка в номер корреспонденции при её получении;
4. побудка к определённому времени;

5. предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

Для предпринимательской деятельности в области гостеприимства характерна высокая степень конкуренции. В условиях рыночной конкуренции для занятия устойчивой позиции на рынке услуг гостиничным предприятиям необходимо повышать качество обслуживания, внедрять новые технологии, расширять перечень дополнительных услуг, которые придают основному продукту дополнительную выгоду и помогают отличиться от гостиницы-конкурента.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т. п.

Услуги, предоставляемые в гостиницах, подразделяются на основные и дополнительные, которые в свою очередь бывают бесплатными и платными.

К основным услугам относятся услуги проживания и, в последнее время, к ним стали относить и питание.

К бесплатным гостиничным услугам в соответствии с “Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ”, утверждённых постановлением Правительства РФ №490 от 25.04.97 относятся:

- вызов скорой помощи;
- пользование медицинской аптечкой;
- доставка в номер корреспонденции при её получении;
- побудка к определённому времени;
- предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

Изучая спрос и мнение гостей, работники гостиничных предприятий изыскивают все новые формы обслуживания своих клиентов. Кроме основных и бесплатных дополнительных услуг, гостиницы предоставляют целый комплекс всевозможных платных дополнительных услуг. В настоящее время дополнительные услуги приобретают все большее значение в формировании рыночной привлекательности гостиничного предприятия. Оставаясь основной, услуга размещения и питания воспринимается гостями как само собой разумеющееся. Повышенный же интерес вызывают услуги, выделяющие данную гостиницу из ряда других.

Дополнительные гостиничные услуги (продукты) - это услуги, придающие основному продукту дополнительную выгоду и помогающие отличить данный продукт от продуктов, конкурирующих компаний [6, с. 104]. Их в мире уже насчитывается около 300.

Для средних и крупных туркомплексов (тургостиниц, полносервисных отелей и др.) со средним и высоким уровнем комфорта характерно наличие большого перечня дополнительных услуг:

- услуги питания (бар, ресторан, кафе, буфет, пивной бар);

- бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви; ремонт и глажение одежды; услуги химчистки и прачечной; хранение вещей и ценностей; разгрузка, погрузка и доставка багажа в номер; прокат предметов культурно-бытового назначения – телевизоры, посуда, спортивный инвентарь и пр.; ремонт часов, бытовой техники, радиоаппаратуры; услуги парикмахерской, маникюрного и массажного кабинетов и другие бытовые услуги);

- торговое обслуживание (магазины (сувенирный, продуктовый), торговые автоматы; покупка и доставка цветов; продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции);

- анимационные услуги (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);

- экскурсионное обслуживание, услуги гидов-переводчиков;

- организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты и т. д.;

- транспортные услуги (бронирование билетов на все виды транспорта, заказ автотранспорта по заявке гостей, вызов такси, прокат автомобилей);

- услуги салона красоты;

- спортивно-оздоровительные (сауна, баня, бассейны, тренажёрный зал и т.д.);

- бизнес-услуги (аренда залов переговоров, конференц-зала, услуги бизнес-центра и т.д.) и другие услуги.

Вопросы для обсуждения:

1. платные и бесплатные услуги в гостинице и способы их оказания

Тема 1.2 Технологии оказания дополнительных услуг в гостинице

Услуги оказывают как персонал гостиниц, так и работники смежных предприятий, специализирующихся на этом виде деятельности.

Система мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные, культурные потребности гостей при условии предупредительного и профессионального обслуживания называется в гостиничном хозяйстве сервисом.

Сервис необходимо строить не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу предложения (гостиница предлагает новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает). Но нельзя навязывать услуги. В соответствии с “Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ” исполнитель не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты услуг,

не предусмотренных договором. Также запрещается обусловливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других услуг.

Перечень услуг зависит от категории гостиницы, типа гостиничного предприятия, месторасположения и контингента обслуживаемых клиентов. Не во всех гостиницах есть финансовые и материально-технические условия для организации предоставления разнообразных дополнительных услуг, однако, они должны стремиться к тому, чтобы наиболее полно удовлетворить самые разнообразные потребности клиентов.

Службы, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже в вестибюльной зоне), так как они предназначаются не только для постояльцев отеля, но и для сторонних клиентов. Часто гостиница является излюбленным местом горожан для отдыха, развлечений, пользования услугами парикмахерской, сауной, бытовыми и спортивно-оздоровительными услугами. В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о расположении, перечне услуг, режиме работы и другие сведения о службах оказывающих дополнительные услуги.

Для организации предоставления дополнительных услуг необходимы кроме финансовых возможностей, помещения, оборудование, инвентарь, квалифицированный персонал, имеющий специальное образование и подготовку.

Источник:

https://studme.org/331382/turizm/turistskie_resursy_vidy_turizma

https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-resursy-i-ih-znachenie-pri-otsenke-turistskogo-potentsiala-regiona

Взаимодействие с аудиторией:

Технологии оказания дополнительных услуг вгостинице

1. **Проектирование дополнительных услуг в гостинице**

2. **Раздел 2. Организация деятельности предприятий питания и услуг в составе гостиницы**

3. Цели занятия.

- изучить услуги питания в гостинице

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	**Организация деятельности предприятий питания и услуг в составе гостиницы**.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 2.1 Организация работы предприятий общественного питания

Характеристика предприятий общественного питания.

Ресторан – предприятие питания, предоставляющее гостям широкий ассортимент блюд, напитков, кондитерских изделий, в том числе фирменных и сложного приготовления. Высокий уровень обслуживания в ресторанах обеспечивается квалифицированными поварами, официантами, метрдотелями и сочетается с организацией отдыха и развлечений.

В структуре гостиничных комплексов может быть несколько ресторанов или ни одного. В больших гостиницах, входящих в известные гостиничные цепи, обычно два ресторана – фешенебельный фирменный и небольшой с невысоким уровнем цен на блюда и напитки.

В большинстве ресторанов предусматривается музыкальная программа проведение концертов.

Виды ресторанов:

- городской ресторан;
- рестораны быстрого обслуживания – fast food;
- рестораны на вокзалах и аэропортах;
- вагоны – рестораны; на борту самолета;
- выездные рестораны;

Кафе – предприятие питания, предоставляющее гостям ограниченный ассортимент блюд и напитков, мучных кондитерских изделий, кисломолочных продуктов в сочетании с отдыхом и развлечениями. Большинство гостиничных комплексов в своей структуре наряду с ресторанами предпочитают иметь небольшое кафе.

Бар – специализированное предприятие питания, предоставляющее гостям различные напитки, десерты, сладкие блюда и закуски. В баре предусматривается возможность отдохнуть в уютной обстановке, послушать музыку, развлечься.

Бары можно классифицировать в зависимости от их расположения в гостиничном здании:

Вестибюльный бар – служит удобным местом для встреч и бесед;

Ресторанный бар – традиционно является самым притягательным элементом интерьера ресторана;

Вспомогательный бар – представляет собой торговую точку, расположенную в глубине гостиничного здания, на этаже. В больших отелях их может быть несколько. Здесь сосредотачиваются запасы вин, пива и др. напитков для обслуживания гостей непосредственно в номерах;

Банкетный бар – расположен в банкетном зале. Использует исключительно для обслуживания банкетов и конференций. Банкетный бар имеет большой запас дорогих и популярных вин, напитков, пива;

Бар при бассейне - любой высокорязрядный отель имеет бассейн и бар при этом;

Мини – бары – маленькие бары с холодильником в гостевых комнатах. Предназначены для снабжения гостей напитками в любое время суток. Запасы напитков в мини-барах пополняются ежедневно, а стоимость выпитого дополнительно включается в общий сет.

Буфет – производит продажу с потреблением на месте ограниченного ассортимента холодных закусок, бутербродов, напитков, булочных и кондитерских изделий, сладких блюд несложного приготовления. В гостиницах работают буфеты, оборудованные электроплитами, холодильниками, охлажденными прилавками, кофеваркой и другим современным оборудованием.

Закусочная – изготавливает, реализует и организует потребление на месте различных блюд и закусок несложного приготовления, бульонов, холодных и горячих напитков, мучных кондитерских изделий.

Столовая – как предприятие питание часто встречается в структуре курортных гостиниц. Предназначена для изготовления, реализации и организации потребления на месте различными слоями населения завтраков, ужинов, отпуска их на дом.

По контингенту обслуживаемых гостей предприятия питания подразделяются на:

- общедоступные;
- связанные с обслуживанием определенного контингента потребителей.

Рестораны, кафе, бары в составе гостиничных комплексов предназначены первоочередного обслуживания гостей, в большинстве случаев они являются общедоступными. Предприятия питания в составе отелей-клубов, пансионатов обслуживают только своих гостей.

По применяемым формам обслуживания предприятия питания делятся на:

- предприятия самообслуживания;
- с частичным обслуживанием официантами;
- с полным обслуживанием официантами;
- с обслуживанием буфетчиками;

По уровню обслуживания – предприятия питания подразделяются на следующие классы:

Люкс;

Высший;

Первый;

Класс - отличительный признак питания, характеризующий уровень качества обслуживания.

При организации завтраков, обедов, ужинов используются различные **методы обслуживания:**

- «а ля карт»;
- «а парт»;
- «табльдот»;
- шведский стол;
- буфетное обслуживание.

A la carte – гости из карты меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравиться. Заказ передается на кухню, и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков.

В данном случае уместно говорить о суггестивном методе (внушение).

Несмотря на то, что метод «а ля карт» считается самым трудоемким, в настоящее время он является и самым распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям посетителей.

A Part – при данном методе обслуживании гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах.

Tabled' Hot – отличается от «а парт» тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда, когда все гости соберутся за столом.

шведский стол. Представляет широкий выбор блюд со свободными доступом и выбором. Это может быть и довольно узкий набор и по настоящему обильный стол с многочисленными блюдами. Все зависит как от категории отеля, так и от страны.

Данный метод имеет ряд преимуществ:

- увеличивает пропускную способность ресторанного зала;
- ускоряет процесс обслуживания;
- требует меньшей численности квалифицированного персонала.

буфетное обслуживание. Буфеты предлагают самообслуживание гостей. Обслуживающий персонал пополняет ассортимент блюд и закусок, приносит дополнительные порции, дает гостям советы при выборе еды, открывает бутылки с напитками, готовит чай или кофе, убирает использованную посуду и приборы. Ассортимент буфетной продукции зависит от условий ее приготовления и отпуска и может быть самым разнообразным: напитки, кондитерские изделия, фрукты, бутерброды и т.д.

В зависимости от контингента обслуживаемых гостей, класса и оснащения предприятий питания используются различные виды сервиса.

Наиболее распространенными считаются сервисы:

- французский;
- английский;
- американский;
- русский;

Французский сервис – этот вид сервиса обычен для ресторанов высокой кухни, где он подчеркивает элегантность обслуживания. Этот сервис считается самым впечатляющим и дорогостоящим в мире. Большое блюдо с разложенной на нем пищей демонстрируется гостям. Для данного сервиса необходима целая бригада обслуживающего персонала, в составе которой должны быть:

1. менеджер ресторана – maitre d'hotel;
2. старший официант - ответственный за 4 столика. Он встречает гостей, дает пояснения по поводу меню и принимает заказ, следит за оперативностью обслуживания и лично раскладывает пищу по тарелкам гостей, нарезает мясо и т.д.;
3. помощник старшего официанта – принимает заказы на напитки, подает блюда;
4. официант, подающий воду – также передает заказы на кухню, привозит оттуда тележки с едой, убирает со стола;
5. официант по винам (sommelier)

«+» сервиса:

- постоянный контакт с гостями;
- гость определяет сам желаемый объем еды;

«-» сервиса:

- высокая трудоемкость;

английский сервис: (обслуживание с приставного столика). При этом методе официант накладывает пищу на тарелку гостя на приставном столике, затем подает ее с правой стороны. Если требуется добавка, официант использует чистую тарелку. При этом меняется также столовый прибор. Этот вид сервиса является трудоемким, поэтому он рекомендуется только для обслуживания отдельных столиков.

Продукты накладываются на сервировочное блюдо, которое ставится на столик. С колесиками. Столик подвозится к столу, к гостю. Гость выбирает порцию, и официант начинает оформлять блюдо у него на глазах.

«+» сервиса:

- идеальный контакт с гостями;
- свобода движений для обслуживающего персонала;

«-» сервиса:

- большие затраты времени.

американский сервис. Пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и расставляют тарелки гостям. Этот вид пользуется популярностью благодаря простоте и оперативности.

«+» сервиса:

- низкая трудоемкость;
- требуется мало персонала;

«-» сервиса:

- слабый контакт с гостем;
- установленный объем порций;

Русский сервис. Еда приносится на сервировочном блюде. Официант на глазах у гостей разделяет ее на порции, далее гости сами перекладывают эти порции в тарелки.

«+» сервиса:

- гость сам определяет желаемый объем пищи;

«-»сервиса:

- высокая трудоемкость;
- при перекладывании еды неопытными гостями нарушается вид блюда.

Взаимодействие с аудиторией:
Организация работы предприятий общественного питания

Тема 2.2 Виды услуг питания в гостинице

Особенности организации питания в гостиницах.

Питание является одной из основных услуг в технологии тур обслуживания. Большинство ресторанов «встроено» в гостиницу и являются их частью, реже данные предприятия работают в автономном режиме.

По режиму питания туристов предприятия питания предоставляют услуги в виде завтрака, полного пансиона, полупансион, спецпитания, питания для детей и т.д.

По ассортименту питания туристов данная услуга подразделяется на комплексное питание, питание по выбору, питание по предварительному заказу, банкеты, торжества.

Требования к туристским предприятиям питания.

Территория должна быть тщательно убрана, снабжена необходимым асфальтовым или декоративным покрытием.

Все помещения должны быть оборудованы указателями, помогающими потребителями ориентироваться в туристско - гостиничном комплексе.

В вестибюле на видном месте должны быть вывешена копия сертификата данного предприятия питания, свидетельствующая о присвоении ему определенного класса. Среди дополнительных требований можно выделить следующее:

- при обслуживании организованных туристских групп по безналичному расчету рекомендуются на завтрак, обед или ужин предлагать скомплектованные рационы питания, составленные с учетом возраста групп, национального состава и т.д.
- предварительная сервировка столов приборами, столовой посудой с хлебом, холодными закусками и специями может быть использована во всех типах и классах предприятий только при обслуживании организованных групп по безналичному расчету;
- продукты, используемые для приготовления блюд, должны иметь сертификат, подтверждающий отсутствие вредных веществ, загрязнении и т.д.
- регулярно, не реже чем один раз в пять лет, проводится аттестация производственного, обслуживающего, административно - управленческого и технического персонала с целью подтверждения или повышения квалификационного разряда. Не реже чем через три года должна проводиться профессиональная переподготовка работников туристских предприятий питания на курсах повышения квалификации по специальной программе
- метрдотель, сомелье, официанты и бармены доджны знать не менее одного из европейских языков. В бригаду включаются официанты, владеющие разными иностранными языками
- работники обслуживающего персонала должны быть вежливыми, внимательными и предупредительными в отношениях с потребителями, по возможности выполнять просьбы потребителей, если это не отвлекает их от выполнения прямых обязанностей. В случае возникновения конфликтной ситуации работник должен немедленно пригласить дежурного администратора, метрдотеля или директора предприятия.

В гостиницах с количеством мест 200 и более проектируется еще столовая для питания сотрудников гостиницы.

Количество мест в залах блока питания должно соответствовать количеству мест в гостинице.

Ресторана - это предприятие общественного питания повышенного типа по уровню обслуживания с разнообразным, широким ассортиментом блюд, закусок, кондитерских, винно-водочных изделий, фруктов и других покупных товаров.

В вечернее время обслуживание потребителей в ресторане сочетается с организацией эстрадных выступлений, танцев. Рестораны работают с 11.30 – 23.30 ч. при наличии нескольких залов целесообразно работу залов начинать в разное время. В дневное время ресторан высшего класса может работать по типу столовой. Для быстрого обслуживания потребителей в дневное время практикуется комплексное питание.

В тех случаях, когда при гостинице имеется кафе или закусочная, их работу удобнее начинать с 7-8 ч. до 22ч.

Буфеты, расположенные на этажах гостиниц, должны работать с 7 до 22 ч., чтобы обеспечить проживающих завтраками и ужинами.

При организации обслуживания в ресторанах (кафе) гостиничных комплексов обычно предлагаются следующие условия питания:

Особые условия питания создаются в отелях, работающих в системе клубного отдыха (креме 3-х разового питания, в течении всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и иных напитков) – All Inclusive (все включено в стоимость).

.полный пансион, то есть трехразовое питание (завтрак, обед и ужин) – Full Board (FB);

.полупансион, то есть двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) – Half – Board (HB);

только завтрак, то есть одноразовое питание – Bed & Breakfast (BB).

С завтрака начинается день гостей, и от его организации во многом зависит, будет ли начало дня для гостей хорошим или плохим. В отличие от обеда и ужина. На завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице. В этой связи необходимо учитывать следующие условия:

- помещение, в котором организуется завтрак, должно быть чистым и хорошо проветренным;
- несмотря на ранее время, сотрудники должны быть бодрыми и проявлять активность;
- должен быть обеспечен бесперебойный процесс обслуживания.

при организации завтраков, обедов, ужинов используются различные **методы обслуживания:**

- «а ля карт»;
- «а парт»;
- «табльдот»;
- шведский стол;
- буфетное обслуживание.

. **A la carte** – гости из карты меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравиться. Заказ передается на кухню, и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков.

В данном случае уместно говорить о суггестивном методе (внушение).

Несмотря на то, что метод «а ля карт» считается самым трудоемким, в настоящее время он является и самым распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям посетителей.

A Part – при данном методе обслуживании гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах.

Tabled' Hot – отличается от «а парт» тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда, когда все гости соберутся за столом.

шведский стол. Представляет широкий выбор блюд со свободными доступом и выбором. Это может быть и довольно узкий набор и по настоящему обильный стол с многочисленными блюдами. Все зависит как от категории отеля, так и от страны.

Данный метод имеет ряд преимуществ:

- увеличивает пропускную способность ресторанного зала;
- ускоряет процесс обслуживания;
- требует меньшей численности квалифицированного персонала.

буфетное обслуживание. Буфеты предлагают самообслуживание гостей. Обслуживающий персонал пополняет ассортимент блюд и закусок, приносит дополнительные порции, дает гостям советы при выборе еды, открывает бутылки с напитками, готовит чай или кофе, убирает использованную посуду и приборы. Ассортимент буфетной продукции зависит от условий ее приготовления и отпуска и может быть самым разнообразным: напитки, кондитерские изделия, фрукты, бутерброды и т.д.

структура управления.

Служба питания гостиницы, или пищевой комплекс отеля, - это отдельное структурное подразделение, которое возглавляет директор, подотчетный управляющему отелем (директору гостиницы).

Директор пищевого комплекса контролирует следующие виды работ:

- работу кухни;
- работу буфетов;
- банкетную деятельность;
- организацию обслуживания в ресторане;
- обслуживание в номерах;
- снабжение мини-баров;
- обслуживание в комнатах или зонах отдыха;
- обслуживание гостей в барах;
- работу уборщиков и мойщиков посуды.

Шеф – повар – ответственный за организацию работы кухни, рук-во группой заместителей, кол-во и качество приготовляемой пищи. Он выполняет административные функции и составляет финансовую смету.

Зав секцией уборки и мойки посуды подчиняется Директору пищкомплекса и отвечает за следующие виды работ:

- уборка внутренних помещений отеля;
- мойка и чистка посуды;
- ведение учета посуды и утвари, проверка запаса их;
- проверка посудом. машин;
- инвентаризация запаса чистящ. и моющ. средств;
- санобработку помещений;
- дезинфекция.

Обычно уборка проводится в ночное время, промежуточная между обедом и ужином.

Обязанности ресторанного менеджера:

- поддерживать высокое качество обслуживания;
- нанимать, обучать персонал;
- организация обслуживания в номерах, мини-барах;
- проводить маркетингов исследования;
- предоставлять директору расчет бюджета и бизнес- прогноза на следующую неделю, месяц, год.

Директор пищблока должен ставить бары под жесткий контроль и строго взыскивать за отступления от установленных правил.

Важной частью работы ресторанных менеджеров (метрдотель) является организация подготовки торгового зала ресторана к обслуживанию:

- уборка помещений;
- расстановка мебели;
- получение и подготовка столового белья, посуды, приборов и т.д..

Обязанности банкетного менеджера:

- руководить обслуживанием всех массовых мероприятий;
- следить за уборкой помещения;
- составлять график работы официантов;
- согласовать меню с шев-поваром;
- проверить список уточнений;
- предоставление счетов сразу же после банкета;
- строго следовать противопожарной безопасности.

Так , банкетный менеджер является самым крупным специалистом по ресторанному обслуживанию. Он должен разбираться во всех типах банкета и способах подачи закусок, блюд и напитков.

Организация любого банкета включает: прием заказа, подготовку к проведению банкета, обслуживание.

секция обслуживание номеров.

Термин «обслуживание номеров» ранее употреблялся по отношению к обслуживанию жилых номеров отеля. В данном подразделе он используется в более узком смысле - подача еды и напитков в номера.

Для повышения качества работы данной секции пищевого комплекса гостиницы необходимо работать в двух следующих направлениях:

- во-первых, наладить своевременное выполнение заказов, особенно завтраков, т.к. эта услуга наиболее популярна среди гостей;
- во –вторых, неуклонно добиваться снижения цен за услуги секции.

Работа менеджера по планированию действий секции может выглядеть следующим образом.

Заказать необходимое количество оборудования, например сервировочные тележки, подносы, посуду с крышками и специальными колпаками для сохранения температуры подачи, столовые принадлежности.

Составить график работы служащих, чтобы избежать крайностей, зачастую наблюдаемых в гостиницах, когда люди или сбиваются с ног, или слоняются без дела. Составляя график, менеджер выделяет соответствующее число обслуживающего персонала ,исходя из планируемого объема работ.

Особая предусмотрительность требуется при планировании меню. Заготовленная впрок пища должна и выглядеть аппетитно, и не терять своей доброкачественности. Меню обслуживания номеров, как правило, ориентировано на вкусы среднего постояльца. Даже в 5* отелях нельзя изымать из меню гамбургеры, т.к. их любят дети. Большинство блюд, рекомендуемых для заказа в номер, берется из ресторанного меню, чтобы избежать лишних забот, связанных с их приготовлением.

При назначении цен на отдельные блюда необходим реалистичный подход, учитывающий, что даже справедливые цены могут показаться слишком высокими и гости просто откажутся от ваших услуг.

Оперативная и точная передача информации – залог качественного обслуживания номеров. На одном конце канала связи – получение заказа, на другом – довольный клиент. Между этими событиями – обмен информацией между клиентом, регистратором заказов, поваром и официантом.

Наиболее распространенный системой обслуживания в номерах гостиницы является обслуживание через вспомогательные поэтажные буфеты – бары. Помещение буфета-бара должно быть связано с раздачей кухни ресторана служебным лифтом, лестницей и телефоном.

Необходима световая или иная сигнализация из номеров гостиницы в коридор и буфет данного этажа для вызова официанта в номер. В зависимости от числа номеров, контингента проживающих в гостинице и других факторов вспомогательные поэтажные буфеты могут быть на каждом жилом этаже гостиницы или один буфет может обеспечивать несколько этажей. При невозможности организации подсобных поэтажных буфетов питание в номерах будет организовываться непосредственно из ресторана. При этом желательно, чтобы посуда, приборы, которые используются для обслуживания номеров, имели отличительную форму, окраску – словом, существенно отличались от одноименных предметов, используемых в ресторане данной гостиниц.

Работу поручают по обслуживанию номеров двум официантам:

- один занимается подготовкой заказов, следит за своевременной подачей каждого из них, делает подборку посуды, приборов и белья, специй, хлеба, укладывает их на тележки или подносы, готовит закуски и напитки, подает их в номер, принимает новые заказы;
- второй официант в основном доставляет продукты из ресторана в подсобный буфет, а в свободное время помогает первому официанту.

При одновременной доставке заказов в несколько номеров на одном подносе или тележке официант доставляет продукты, посуду, приборы все необходимое последовательно из номера в номер, оставляя в каждом то, что заказано. При подаче одного заказа тележку закатывают в номер, где ее оставляют как подсобный столик, а при определенной конструкции – и как столик обеденный.

Войдя в номер с заказом на подносе, официант ставит его на тумбочку. Затем стелит на стол небольшую скатерть или по одной салфетке на человека. На них перекладывают предмет сервировки и принесенные по заказу продукты, соблюдая при этом основные правила сервировки стола и расстановки на нем закусок, блюд и напитков.

Использованную и освободившуюся посуду убирают из номера спустя некоторое время после подачи заказа. При уборке посуды в присутствии проживающих в номере следует попросить на это разрешение: возможно, что у гостей возникнет желание оставить что-то из посуды или продуктов.

В каждом номере гостиницы должен быть номер телефона диспетчера секции обслуживания номеров, у которого можно получить нужную справку и сделать заказ на обслуживание номере.

Прием заказов и их выполнение производится в следующем порядке. Проживающий в гостинице по телефону связывается с дежурным диспетчером заказывает в номер завтрак, обед, ужин или какие-нибудь напитки. Диспетчер, принимая заказ, записывает (на спец бланке): номер комнаты, в которую следует подать заказ, число гостей, подробное наименование и число

порций заказанного, время приема заказа и время подачи его в номер. Приняв заказ, диспетчер передает его по телефону для исполнение.

Характеристика и виды меню

Слово «меню» французского происхождения. Важнейшим элементом управления процессами обслуживания гостей на предприятиях питания является меню.

Меню – это перечень расположенных в определенной последовательности закусок, блюд и напитков, которые имеются на предприятии в течении всего времени работы залов. При составлении меню должна учитываться следующая последовательность предложения блюд:

- фирменные блюда;
- закуски (холодные и горячие);
- супы: прозрачные, заправочные, пюре образные;
- основные блюда (отдельно рыбные, отварные, жареные, запеченные мясные, натуральные, затем в соусе, из птицы, дичи, блюда из овощей);
- сладкие блюда (подаются вначале горячие, затем холодные);
- напитки (безалкогольные, горячие, алкогольные).

При большом выборе напитков рекомендуется составить их отдельное меню. Предложение напитков оказывает решающее значение на успех работы большинства предприятий питания. Поэтому очень важно привести в меню правильный выбор напитав, при этом максимально учесть желания гостей.

Напитки обычно делят на две большие группы: алкогольные и безалкогольные.

Алкогольные напитки в свою очередь подразделяются на три подгруппы: вина, пиво, спиртные напитки.

Перечень напитков в меню осуществляется в определенной последовательности**.**

В последние года минвода стала составной частью хорошей еды. Предлагая в меню минводу следует представить:

- местную природную минводу;
- наци-ую природную минводу;
- минводу международного значения ;
- минводу без газа;
- родниковую воду;
- столовую воду (Бонаква).

В меню напитки могут быть также разделены:

- по форме предложения (разлива) - с использованием бокалов, фужеров, рюмок; в закрытом графине; в бутылках;
- по возрасту – сначала указываются «молодые» вина (ординарные), затем выдержанные;

- по размерам цен – сначала указываются дешевые вина, затем дорогие.

При составлении меню следует различать ширину и глубину предложения блюд и напитков.

Под шириной предложения понимается большой выбор самых разнообразных блюд и напитков: мясных блюд из дичи, птицы, свинины, телятины, рыбных блюд, горячих, алкогольных, безалкогольных напитков. Глубиной ассортимента предполагает наличие вариантов блюд из определенного продукта. Глубокий ассортимент предлагают специализированные предприятия – рыбные, молочные, вегетарианские рестораны, пиццерия, пельменные.

В зависимости от контингента обслуживаемых гостей, типа и мощности предприятия питания, применяемых форм и методов обслуживания и других факторов предусматривают различные виды меню:

- меню «а ля карте» - указывает порционные блюда индивидуальной ценой на каждое. Этот вид чаще всего используется в дорогих ресторанах, расположенных в высококатегорийных гостиницах, где концепция обслуживания гостиницы и ресторана позволяет создать наиболее дорогие и комфортные условия.
- Меню «табльдот» - предлагает выбор одного или более вариантов каждого блюда по фиксированным ценам. Этот вид меню широко используется на предприятиях питания при гостиницах, так как гости считают его экономичным;
- Меню «дю жур» - меню дежурных (дневных) блюд;
- Туристское меню – строится так, чтобы привлечь внимание туристов, акцентируя дешевизну и питательные качества блюд, являющиеся существенной информацией для туриста.
- Калифорнийское меню – в некоторых калифорнийских ресторанах можно заказать любое блюдо в любое время суток.

Ежедневно в меню должны быть включены холодные блюда и закуски, горячие закуски, первые, вторые и сладкие блюда, горячие и холодные напитки, булочные и кондитерские изделия, фрукты, винно-водочные и табачные изделия согласно ассортименту минимуму блюд..

В ресторане в обеденное время количество наименований блюд может быть сокращено на 50%.

В меню кафе должен быть ежедневно большой выбор горячих напитков, молочные и молочнокислые продукты, булочные, мучные и кондитерские изделия, горячие и холодные закуски, бутерброды, сладкие блюда и холодные напитки, первые и вторые блюда несложного приготовления. В закусочной предусматривается обычный ассортимент блюд для данного типа предприятий.

Банкетные залы обычно работают с 18 до 23 ч. меню составляется отдельно по предварительному заказу.

Порядок составления меню.

При составлении меню требуется большой практический опыт и учет разнообразных факторов, к которым, прежде всего, относятся:

- предпочтения потребителей;
- численность и квалификация персонала;
- наличие разнообразного кухонного оборудования и его мощность;
- наличие и свежесть необходимых ингредиентов.

Предпочтения потребителей- меню должно соответствовать профилю и концепции ресторана.

Численность и квалификация персонала - учет данного фактора позволяет решить следующие вопросы:

- достаточна ли численность персонала для того, чтобы справиться с потоком заказов в часы пик;
- соответствует ли профессиональное мастерство персонала ожиданиям гостей.

Наличие разнообразного кухонного оборудования - проблема учета мощностей обусловлена широким разнообразием блюд и меню, приготовление которых требует сложной технологии и соответствующего оборудования.

Меню должно быть составлено так, чтобы равномерно задействовать имеющиеся мощности.

Меню является основным документом предприятия питания и выполняет оценочную, аналитическую и стимулирующую функции.

Меню разрабатывают, исходя из ассортимента минимума – минимального количества блюд, которые должны быть в реализации. Чрезмерно обширное меню усложняет обслуживание потребителей, требует большего количества сырья, полуфабрикатов, больших площадей и различного оборудования для приготовления пищи.

При расчете меню ориентируются на вместимость зала и количество потребителей.

Расчетное меню включает: наименование и количество блюд, выход готовых блюд, ссылку на Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий, сроки приготовления блюд:

Расчетное меню ресторана:

Номер блюда по документу	**Наименование блюда**	**Выход, г**	**Количество меню**
1	2	3	4

Оформление меню

Меню ресторана и других предприятий общественного питания – это не просто перечисление блюд. Это визитная карточка предприятия, одно из средств рекламы. Поэтому внешний вид меню должен производить самое благоприятное впечатление на гостей.

Оформление меню определяется типом, классом и тематической направленностью предприятия общественного питания. В верхней части меню заказных блюд рекомендуется дать краткую информацию о режиме работы предприятия. Информацию о блюдах и напитках можно дополнить рисунками или фотографиями. Количество экземпляров меню на каждый день работы определяется числом столов в ресторане. Для удобства обслуживания иностранных туристов мню должны быть подготовлены на английском, французском и немецком языках.

Карта вин. При составлении карты вин учитывают следующие правила:

- разливные вина из бочек записывают перед винами в бутылках;
- отечественные вина должны располагаться перед иностранными;
- белые вина указывают перед розовыми;
- розовые вина помещают перед красными;
- марочные и коллекционные вина должны располагаться перед молодыми и дешевыми;
- тихие вина перечисляют перед игристыми.

Карта вин должна легко читаться и быть оригинально оформленной. Она призвана показать посетителям, что качественное вино всегда является гармоничным добавлением к изысканным блюдам. Разумеется, необходимо, чтобы предложенные вина находились в полном соответствии с обозначенными в меню блюдами.

Возникающие трудности с характеристиками вина и соответственно с личным выбором посетителя должны разрешаться с помощью специалиста по винам – сомелье.

Карта пива. При составлении карты пива учитывают сложившуюся последовательность и указывают следующие характеристики:

- безалкогольные виды пива ставят в меню перед пивом, содержащим алкоголь, и крепкими сортами пива;
- отечественные сорта пива размещают перед иностранными;
- разливное пиво указывают перед пивом в бутылках;
- специальные сорта пива размещают в конце карты;
- кроме названия пива необходимо указывать страну – производитель и содержание в пиве алкоголя.

Карта бара. Естественным и популярным является размещение стойки бара в ресторанном зале. Примерное соде ржание карты бара:

- аперитивы (шерри, портвейны, вермут, анисовые напитки, горькие настойки типа «Кампари»);

- предобеденные коктейли – аперитивы (безалкогольные коктейли на основе фруктовых соков, коктейли из сладкого)или сухого шампанского, классические коктейли типа «Мартины драй»);
- послеобеденные коктейли-диджестивы(безалкогольные и алкогольные коктейли на основе цитрусовых соков типа «сауэр»);
- десертные коктейли;
- десертные вина;
- виски в ассортименте (шотландский, ирландский, канадский и др);
- коньяки, бренди, фруктовое бренди;
- гроги, пунши;
- водка, джин, текила;
- ром белый и темный;
- ликеры;
- безалкогольные напитки и минвода.

Спецкарта чая. С ее помощью посетителей информируют о наличии сортов чая, подаваемого к столу. Такие карты удобны во время презентаций новых сортов чая, при проведении дегустации чая, а также необходимы заведениям, специализирующимся на подаче этого напитка. При составлении карты чая необходимо указать наименование продукта и число порций (чашек, стаканов) в чайнике.

Составление карты чая ведется в следующей последовательности.

Листовой чай:

- ферментированный листовой чай (черный чай);
- полу ферментированный листовой чай (оолонг чай);
- не ферментированный листовой чай (зеленый чай);

Гранулированный чай:

- ферментированный брокен тиз;
- ферментированный фаннингс тиз;

Чайная смесь (восточная смесь, английская смесь);

Ароматизированные чаи (с бергамотом, апельсиновый и т.д.);

Плодовые и лекарственные чаи (ромашка, шиповник);

Чайные напитки горячие (грог, пунш);

Чайные напитки холодные (чай со льдом).

Спецкарта кофе. При составлении карты кофе рекомендуется не забывать указывать название сорта кофе. В начале карты следует размещать горячие кофейные напитки без содержания алкоголя:

- малый кофе мокко, большой кофе мокко;

- малый черный кофе, большой черный кофе;
- кофе черный со взбитыми сливками;
- кофе капуччино;
- кофе по-восточному;

Затем указывают горячие кофейные напитки с добавлением алкоголя, например кофе по-парижски, кофе по-ирландски, после чего следуют холодные кофейные напитки без содержания алкоголя, например кофе-гляссе по- венски, кофе – гляссе по-американски и т.д.

Завершают кофейную карту холодные кофейные напитки, содержащие алкоголь.

Взаимодействие с аудиторией:
Услуги питания как способ привлечения гостей в отель

1. **Проектирование дополнительных услуг в гостинице**
2. **Раздел 3. Спортивно-оздоровительные услуги в гостиницах**
3. Цели занятия.
-изучить спортивные и оздоровительные услуги в отеле

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	**Спортивно-оздоровительные услуги в гостиницах**	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 3.1. Оздоровительные услуги в гостинице

Если ассортимент оказываемых физкультурно-оздоровительных услуг определяется исходя во многом из статуса отеля и требований бренда, то размер и комплектация спортивных сооружений зависят от очень многого: это, опять таки, пожелания управляющей компании, месторасположения отеля, финансовые возможности, целевая аудитория, наличие свободных площадей и прочее. Понятно, что если даже относительно звездности в гостиничной практике нет единого стандарта, то ждать унифицированных правил в этом случае вряд ли возможно.

Скорее всего, о единых стандартах можно говорить не относительно звездности, а относительно того или иного бренда в международных гостиничных сетях. К примеру, в сети Mariott Hotels Collection, представленной брендами различных уровней, в брендах The Ritz-

Carlton, Renaissance Hotels & Resorts и др. обязательно будет бассейн, а вот для бренда Courtyard это не характерно [4].

В персонал оздоровительного центра входят: его руководитель, администраторы, кассиры, служба безопасности, инструкторы, медицинские работники. Режим работы определяется исходя из потребностей основного контингента потребителей.

Оздоровительный центр может предоставлять следующие виды лечебно-оздоровительных услуг: талассотерапия, бальнеотерапия, ароматерапия, диагностика, физиотерапия, фитотерапия.

Талассотерапия (термин означает «лечение морем») подразумевает использование под медицинским контролем элементов морской среды: климата, воды, водорослей, лечебных грязей, песка, которые обладают способностью концентрировать элементы этой среды. Минимальный рекомендуемый курс лечения – 6 дней, более стойкий эффект наблюдается после 8-10 дней пребывания; Все процедуры проводятся при температуре морской воды 32-35 °С. Морская вода хранится в резервуарах не более 48 ч, повторно никогда не используется.

К процедурам талассотерапии относят: лимфатическое дренажирование (метод ручного воздействия на систему выведения токсинов и активного восстановления лимфы); ванны с грязями и морскими водорослями (приводят к снижению веса, изменению минеральной компоненты и релаксации); водную гимнастику (улучшает мышечно-сердечный тонус); бальнеотерапевтические кабины и души с интенсивными струями воды (снимают стрессы); массаж (общий и специальный для стимуляции кровообращения, понижения мышечного гипертонуса, повышения упругости и эластичности кожи); мануальную терапию; аква–тренинг (последовательная постепенная растяжка всех мышечных групп в подогретой морской воде), улучшающий эластичность тканей и кровообращение; гидромассаж (максимальное расслабления в индивидуальной ванне, оснащенной множеством отверстий для воды и воздуха под давлением); подводный душ (процедура, идентичная гидромассажу, но проводимая в бассейне); альготерапию (полное обертывание подогретыми водорослями или применение локальных аппликаций под инфракрасными лучами, что способствует выведению токсинов, улучшает подвижность суставов, снимает нервное и физическое напряжение) [5].

Для оказания спортивно-оздоровительных услуг необходимы открытый плавательный бассейн (для взрослых и детей), клуб здоровья, пляж, причал, спортивные игровые и детские площадки, катки, велосипедные дорожки, пешеходные тропы и др.

Многие гостиницы и другие средства размещения организуют фитнес-центры, оздоровительные и спортивно-оздоровительные центры и комплексы, клубы.

Разнообразие услуг зависит от имеющейся спортивно-оздоровительной базы, оснащения названных центров.

В персонал спортивно-оздоровительного центра входят: его руководитель, администраторы, кассиры, служба безопасности, инструкторы, медицинские работники. Режим работы определяется исходя из потребностей основного контингента потребителей.

В спортивно-оздоровительный центр могут входить различные объекты.

1 Салон красоты, включающий услуги маникюра, педикюра, парикмахерской.

2 Wellness-центр. Этот объект инфраструктуры является наиболее привлекательным для потребителей, одновременно способствуя повышению востребованности всего АТМ-комплекса. Например, бассейн, функционирующий в любое время года, привлекает различные категории клиентов, включая тех, кто пользуется услугами только аквазоны. В wellness-центрах высокого класса принято обустраивать термальные зоны для свободного пользования, а бассейн оснащать развлекательными опциями: аквагорками, гейзерами, ударными водопадами. Плавательный комплекс часто зонируют с учетом различного целевого предназначения: отдыха и развлечений в воде, плавания со спортивной нагрузкой, аквааэробики. Нередко соотношение дохода SPA- и wellness-структур складывается в пропорции 50 : 50.

3 Фитнес. Во многих отелях фитнес-центры позиционируются как дополнение к инфраструктуре wellness.

4 SPA-кабинеты. На зоны ^/Н-кабинетов ложится не только основная функциональная нагрузка: .STH-центр является имиджевой составляющей любого объекта. В последнее время популярно разделять гостиничные 5/М-салоны на несколько тематических зон, в которых представлены различные методики оздоровления, релаксации и эстетического ухода.

Такой подход дает возможность ломать стереотипы узкопрофильных SPA-центров и реализовывать интересные идеи, например, соединять древние этнические подходы к очищению и оздоровлению организма (например, аюрведа, джаму или шиатцу) с новейшими технологиями области косметологии и аппаратной физиотерапии. Опыт показывает, что этнические SPA-методики являются наиболее популярным и востребованным направлением, дающим возможность клиенту не только получить пользу от процедур, но и насладиться необычной обстановкой и манерой исполнения экзотических ритуалов. В современных ЛТИ-центрах изысканные восточные зоны охотно «разбавляют» кабинетами в стиле Хай-тек, посвященными высоким технологиям аппаратной физиотерапии, современной косметологии и талассотерапии. Такой микс не только является современной тенденцией мировой SPA-индустрии, но и способен привлечь наиболее широкий спектр потенциальной аудитории.

Бальнеотерапия – это воздушно-пузырьковые ванны (с травами, хвоей) с водой из подземных источников.

Ароматерапия – профилактика и лечение ароматами растений.

Фитотерапия – профилактика и лечение с использованием целебных свойств растений (сборы: имунно-стимулирующий, витаминный, гипотензивный, панкреатический, желудочный).

Физиотерапия – лечение с помощью искусственных физических факторов (гальванизации, электрофореза, светолечения, теплолечения).

В связи с желанием людей хорошо выглядеть (внешний вид играет важную роль в успешной профессиональной деятельности и свидетельствует о хорошем самочувствии) оздоровительные центры имеют салоны красоты. Они предлагают услуги и консультации косметологов, массажистов, визажистов (очищение кожи, маски, депиляция, макияж, маникюр, педикюр).

Взаимодействие с аудиторией:

Оздоровительные услуги как основной тренд в развитии гостиниц

Тема 3.2. Спортивные услуги в гостинице

Физкультурно-оздоровительные услуги подразделяются на основные, дополнительные и вспомогательные. «К основным относятся тренажерный зал и бассейн. Дополнительные – это сауна, паровые кабины, джакузи и др. (в зависимости от размеров тренажерного зала). Вспомогательные – парковка, бар, раздевалки. Однако, дополнительные не всегда значит за дополнительную плату. Люди же не ходят в фитнес-центр, потому что там есть джакузи. Как правило, им нужен тренажерный зал и бассейн, а джакузи, сауна и остальное – могут быть приятным дополняющим «атрибутом». Таким образом, в отеле с большей вероятностью будет бассейн без джакузи, чем джакузи без бассейна. Хотя есть и исключения [2].

Ассортимент спортивных услуг будет зависеть, в частности, от звездности, бренда, местоположения и направленности отеля, занимаемой им площади, и разумеется, от фантазии владельцев.

Что касается звездности, то каких-либо унифицированных правил (как и единой мировой системы классификации) здесь нет. Правда, согласно рекомендациям Всемирной туристской организации (ВТО) в гостиницах уровня 4 звезд и 5 звезд должны быть в том числе и сауна, плавательный бассейн, оздоровительный центр (тренажерный зал). Несмотря на то, что эти стандарты носят рекомендательный характер, отели стараются их придерживаться, заботясь о своем имидже. Бывает и так, что гостиница, имеющая 3 звезды, оказывает ряд услуг (в том числе спортивных), свойственных отелям более высокой категории.

Причем стандарты могут различаться даже в отелях одной сети и одного уровня. Например, из четырех отелей сети «Максима Хотелс» 3 звезды, две гостиницы («Максима Ирбис» и «Максима Славия») имеют тренажерный зал, хотя для трех звезд это не обязательно.

Более того, в отелях есть также турецкая баня под ключ, а в гостинице «Максима Славия» – солярий и финская сауна.

Нельзя забывать и сегментах малых отелей (до 50 номеров). обладая, как правило, ограниченной площадью, такие отели могут не иметь определенных спортивных сооружений (например, бассейна), при этом все равно относиться к категории 4-5 звезд.

Взаимодействие с аудиторией:
Направления развития спортивного туризма и услуг в гостинице

1. **Проектирование дополнительных услуг в гостинице**
2. **Раздел 4. Бизнес-центр, его необходимость и предназначение, спектр предоставляемых услуг**
3. Цели занятия.
- изучить работу бизнес-центра в гостинице

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	**Бизнес-центр, его необходимость и предназначение, спектр предоставляемых услуг**.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 4.1. Бизнес-центр, его необходимость и предназначение

Спектр услуг, предоставляемых бизнес-центром, может быть очень разнообразен: разнообразие функций бизнес-центра напрямую зависит от категории отеля, в котором он расположен.

Условно бизнес-центры делятся на 3 категории.

Первая – бизнес-центр предоставляет клиентам гостиницы услуги собственно бизнес-центра (то есть возможность передать факсимильное сообщение, свободный доступ к компьютеру, сети Интернет, возможность просмотреть свою электронную почту, отправить по ней письмо, распечатать нужную клиенту информацию и снять с неё копии).

Вторая – бизнес-центр в отеле совмещён с отделом организации конференц-мероприятий. В подобном случае, объём функций такого образования увеличивается. Для проведения презентаций, конференций и других мероприятий требуются не только разнообразные конференц-возможности (наличие соответствующих залов, комнат для переговоров, проекционного, видео и других типов оборудования), но и более расширенный

круг возможностей самого бизнес-центра (ламинирование, цифровое фотографирование, полноцветная распечатка информации, тиражирование, сканирование и т.п.). Бизнес-центр обязан технически обеспечивать проведение конференц-мероприятий на должном уровне.

И, наконец, третья категория – когда на базе профессионально развивавшегося бизнес-центра, начинает образовываться своя небольшая “типография”, где можно приобрести всевозможные материалы, необходимые для выпуска полиграфической продукции.

Таким образом, становится очевидным, что, в современных условиях существования индустрии гостеприимства, создание в отеле бизнес-центра в любом случае оправдано, его категория (и, как следствие, – функции) варьируются в зависимости от статуса гостиницы. Причём, определяющим здесь является, в основном, не звёздность отеля, а его направленность. Ведь требования к гостинице, расположенной на туристическом курорте и ориентированной на предоставлении клиенту возможности спокойно отдохнуть, и требования к бизнес-отелю, ориентированному на деловой туризм, абсолютно разные.

Содержать в туристической гостинице или загородном пансионате огромный бизнес-центр не представляется необходимым. Хотя и здесь существуют исключения. В последнее время появилась тенденция к проведению корпоративных мероприятий в отелях, расположенных за городом или на курортах (для создания неформальной обстановки, которая также может давать положительный эффект в решении деловых вопросов). А это требует от гостиницы обеспечения клиентов конференц-возможностями.

Но, в основном, гостиницы, ориентированные на туризм и отдых, могут всё-таки ограничиться созданием небольшого бизнес-центра, который будет предоставлять только самые необходимые услуги.

Взаимодействие с аудиторией:
Роль бизнес-центра в успехе отеля

Тема 4.2. Спектр предоставляемых бизнес-центром услуг

Конференц-зал: довольно большое помещение (вмещает от 10 до несколько сотен человек), с многочисленными рядами кресел. Используется для проведения крупных мероприятий, таких как конференции, переговоры, семинары и тд.

Существует несколько схем расположения кресел в конференц-зале:

1)Самая популярная - расположение амфитеатром, в центре которого находится сцена с трибуной или столом для президиума

2)расположение буквой «П», в центре которой опять же расположена трибуна, и другие.

Наряду с конференц-залами весьма востребованы и небольшие переговорные комнаты и залы, где могут расположиться до 20 – 30 человек и проводить собрание в режиме “круглого стола”. Чаще всего такие варианты используются для проведения собраний, переговоров,

совещаний и тренингов. Конференция, семинар или симпозиум представляет собой серьезное деловое мероприятие, и именно поэтому подобные собрания требуют интенсивной работы организаторов встречи. В зависимости от формата встречи, необходимо предусмотреть чтобы помещение могло свободно принять необходимое количество приглашенных участников. Также нужно продумать оборудование, необходимое для проведения мероприятия.

Комплекс оборудования полноценного конференц-зала должен обеспечивать проведение в зале самых разных мероприятий: презентаций, совещаний, конференций, торжественных корпоративных мероприятий, просмотр видео или DVD-фильмов с качественным звуковым сопровождением. Для этого комплекс должен включать:

Система звукоусиления Хотя в зале могут проводиться самые разные мероприятия, но основные назначением системы звукоусиления - это обеспечение хорошей разборчивости речи. Для этого в системе используются высококачественные микрофоны, акустические системы, приборы подавления обратной акустической связи, эквалайзеры и усилители. Микрофонами оборудуются стол президиума, трибуна и 2-3 стойки в зале. Для демонстрации DVD-фильмов в зале может быть установлена система пространственного звука Dolby Digital. Типичный комплект звукового оборудования:

- проводные микрофоны
- радиомикрофоны
- акустические динамики (потолочные или настенные)
- микшерский пульт
- подавитель обратной связи
- усилитель
- CD-проигрыватель
- кассетная дека (аудиомагнитофон)
- компьютер.

Система видеопроекции

Основным компонентом системы видеопроекции является мультимедийный проектор, позволяющий отобразить на большом экране в конференц-зале различные графические и видеоматериалы. Поскольку обычно мероприятия проводятся без выключения света в зале, то проектор должен быть достаточно ярким. Дополнительно могут устанавливаться еще и плазменные панели. Типичный комплект видео оборудования:

- мультимедийный проектор
- плазменная панель
- компьютер
- DVD-проигрыватель
- видеомагнитофон

- устройства усиления и коммутации видеосигнала.

Система видеомониторинга и документирования Часто после проведения мероприятия возникает необходимость создать отчет о мероприятии, использовать материалы для создания учебных материалов и т.п. Для этого полезно записать звук и изображение зала на видео и аудио магнитофоны. Одна-две видеокамеры, установленные в зале позволяют это сделать. Видеокамеры могут быть поворотными для охвата всего зала и иметь функцию масштабирования (Zoom).

Конференц-система представляет собой систему пультов с микрофонами, подключенных к блоку усиления и управления. С помощью пульта ведущий совещания (председатель) имеет возможность включать, отключать микрофоны выступающих, формировать очередь выступлений. На микрофонах имеется световая индикация включения микрофона. В некоторых КС имеется возможность проведения голосований с подсчетом голосов и отображением результатов на экране, а также возможность подключения системы синхронного перевода.

Система синхронного перевода позволяет слушать выступление на родном языке. ССП могут быть проводные или без проводные. Каждому участнику выдается приемный блок с наушниками. Переводчики должны располагаться в специальных кабинах с возможностью "видения" выступающего.

В идеале полноценный бизнес-центр в гостинице должен включать в себя:

1. Зал для регистрации участников и кофе-брейка
2. Раздевалка-гардероб
3. Фуршетный зал
4. Малый зал для конференций (до 30-35 человек, ~~75 кв.м)
5. Переговорная комната «Общий стол» (до 12 человек, ~~25 кв.м)
6. Большой зал для проведения конференций

У каждого отеля свой бизнес-пакет. Минимальные составляющие бизнес-пакета это аренда конференц-зала, бизнес-ланч и кофе-брейки. Некоторые гостиницы в стоимость аренды конференц-зала включают все необходимое оборудование, а также блокноты, ручки и питьевую воду для всех участников. Другие отели предоставляют это за дополнительную плату.

Взаимодействие с аудиторией:
Предназначение и перспективы развития бизнес-центра в отеле

1. **Проектирование дополнительных услуг в гостинице**
2. **Раздел 5. Конгрессные возможности гостиницы. Организация обслуживания конгрессных мероприятий**
3. Цели занятия.

-изучить организацию конгрессов в гостинице

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	**Конгрессные возможности гостиницы. Организация обслуживания конгрессных мероприятий**	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 5.1 Конгрессные возможности гостиницы.

Конгрессный туризм привлекателен для гостиниц т.к. мероприятия обычно проводятся в межсезонье, что позволяет загрузить номерной фонд почти на 100%, учитывая многочисленность участников. Конгрессы имеют плановый характер, что позволяет гостиницы планировать загруженность номерного фонда. Подобные мероприятия организуются при обязательной предоплате услуг гостиницы.

При организации бизнес - и конгресс-обслуживания учитываются следующие требования:

- категория отеля не ниже 4-5* с преобладанием в номерном фонде однокомнатных одноместных номеров;
- 3-5% номерного фонда составляют апартаменты;
- бизнес-номера имеют оборудованную рабочую зону: рабочий стол, рабочее кресло, стеллажи или книжные полки, большое количество розеток, подключение к Интернету, компьютер и другая оргтехника, телефон;
- бизнес-центр: компьютеры с подключением к Интернету, современные средства связи (спутниковая, факсимильная), копировальные работы, ламинирование документов, услуги переводчика и др.;
- наличие конференц-залов разной вместимости и функционального назначения;
- повышенные требования к службе питания: наличие нескольких ресторанов и банкетных залов, круглосуточное обслуживание в номерах, в номерах электрочайник или кофеварка; мини-бары в номерах, организация кофе-брейка в перерывая заседаний и т.д.,
- наличие дополнительных лифтов или эскалаторов;
- служба безопасности;
- пункты обмена валюты;

- автостоянка, услуги водителя, прокат машин и т.д.
- наличие анимационной службы, туристско-экскурсионное обслуживание, торговое обслуживание, служба гувернанток и т.д.

Взаимодействие с аудиторией:
Ресурсы для организации конгресса в гостинице

Тема 5.2 Организация обслуживания конгрессных мероприятий

Для деловых клиентов важное значение имеет «конференц-сервис», основными задачами которого являются следующие:

1. Подготовка — выбор оптимальных для компании условий проведения планируемого мероприятия, необходимого оборудования и предпочтений участников в условиях работы и отдыха.

2. Организация — встреча, доставка, размещение, как участников, так и необходимого оборудования.

3. Сопровождение мероприятий — решение всех вопросов менеджером по сопровождению; необходимый язык сопровождения

4. Организация свободного времени, сервированные кофе-брейки и многое другое.

5. Полиграфическое сопровождение мероприятий. Дизайн и печать материалов, необходимых для проведения мероприятий, а также приглашений и визитных карточек.

6. Организация рекламных акций.

7. Обеспечение мероприятий необходимым комплексом фото- и видео услуг.

8. Освещение мероприятий и размещение рекламы в СМИ и на телевидении.

9. Наличие службы конгресс-менеджеров.

Высокие требования предъявляются к сотрудникам всех служб. Знание двух иностранных языков обязательно для сотрудников контактных служб, а для СПиР – знание как минимум трех языков.

Взаимодействие с аудиторией:
Подготовка персонала к обслуживанию конгрессов

1. **Рекреационное проектирование**
2. **Раздел 6. Транспортное обслуживание в гостиницах**

3. Цели занятия.
-изучить транспортные услуги в гостинице и способы их оказания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	**Транспортное обслуживание в гостиницах**	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 6.1 Транспортные услуги в гостинице

Гостиницы предоставляют следующие виды транспортных услуг:

- организация встречи и проводов в аэропорту, на вокзале и др. – четырех- и пятизвездочные гостиницы;
- вызов такси – трех-, четырех-, пятизвездочные гостиницы;
- аренду (прокат) автомашины гостиницы – четырех- и пятизвездочные гостиницы;
- парковку (персоналом гостиницы) и подачу из гаража (со стоянки) к подъезду автомобиля гостя – пятизвездочные гостиницы;
- бронирование или продажу билетов на различные виды транспорта – четырех- и пятизвездочные гостиницы.

Названные услуги предоставляются как автотранспортом гостиницы, так и арендуемым в автотранспортном предприятии.

Взаимодействие с аудиторией:
Необходимость оказания транспортных услуг гостиницей

Тема 6.2 Транспортные технологии в гостинице

Гаражная служба чаще всего имеется в гостиницах, расположенных в центре города, где места для парковки в дефиците. Ее работник встречает подъезжающих на автомобилях гостей, открывает дверь автомобиля, помогает выгрузить и разместить багаж на тележке, отвечает за безопасность транспортного средства.

В гараже и на автостоянке взимается оплата за предоставленные услуги. При этом оформляется квитанция типовой формы 11-Г. Многие гостиницы передают полномочия по оказанию таких услуг частной фирме, отвечающей за работу автостоянки. Тогда эта фирма несет ответственность за стоянку автомобиля гостя, ее персонал обслуживает стоянку.

Услуги по вызову такси могут оказывать дежурные администраторы, информаторы, сотрудники сервис-бюро, консьержи. В некоторых гостиницах такую услугу предоставляют бесплатно.

Обратившись по телефону к диспетчеру предприятия, предоставляющего услуги такси, персонал сообщает название гостиницы, номер комнаты гостя, его фамилию и телефон, время предоставления автомобиля, маршрут поездки. Перед прибытием такси диспетчер звонит гостю

в номер, сообщает марку, цвет и номер автомобиля. Гость оплачивает поездку согласно тарифу в зависимости от расстояния и простоя автомобиля не по вине водителя.

Бронированием билетов на различные виды транспорта занимается персонал службы приема или бюро обслуживания, некоторые гостиницы организуют офисы предварительной продажи билетов или предоставляют возможность аренды помещений вестибюльной группы представительствам авиакомпаний.

Взаимодействие с аудиторией:
Современные технологии оказания транспортных услуг в гостинице

1. **Проектирование дополнительных услуг в гостинице**
2. **Раздел 7. Предоставление экскурсионного обслуживания**
3. Цели занятия.
-изучить особенности экскурсионного обслуживания в отеле

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	**Предоставление экскурсионного обслуживания**.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 7.1 Организация экскурсионного обслуживания в гостинице

У потребителей гостиничных услуг можно выделить еще одну потребность — потребность в знакомстве с достопримечательностями. В очень многих гостиницах она признается существенной и в той или иной мере удовлетворяется. Гость довольно часто хочет узнать то место и ту местность, в которой он находится. В этом ему могут помочь местные экскурсионные бюро, особенно если гостиница предлагает хорошие условия для реализации таких программ и расположена в городе, где есть достопримечательности и места, объекты, интересные для обозрения. Экскурсия - это методически продуманный показ достопримечательных мест, памятников истории и культуры, показ, в основе которого лежит анализ находящихся перед глазами экскурсантов объектов, а так же событий, с ними связанных[1].

С точки зрения отечественных ученых Дурович А.П., Кабушкина Н.И., экскурсионное обслуживание – организация и оказание экскурсионных услуг, удовлетворяющих потребности человека в приобщении к духовном и нравственным ценностям, накопления знаний, в то числе и профессиональных, в режиме свободного выбора объекта, методов и средств познания.

Экскурсионное обслуживание позволяет донести до потребителя, комплекс знаний по истории, культуре, географии и др. При участии в таких экскурсионных мероприятиях, как осмотр музейных и выставочных экспозиций исторических, культурных, природных и др. достопримечательностей, происходит удовлетворение потребности личности в познании окружающей действительности[2].

Избирательность человека в выборе экскурсионных услуг носит подсознательный характер. Турист выбирает те экскурсионные услуги, которые удовлетворяют одновременно несколько потребностей. Так, посещая загородную экскурсию, ее участники не только удовлетворяют потребность в познании, но и в сочетании с эмоциональными и интеллектуальными нагрузками ликвидируют дефицит движения, повышают эффективность обмена информацией в процессе общения друг с другом. Таким образом, экскурсионное обслуживание можно рассматривать не только как часть комплексной туристской услуги, но как и самостоятельный вид услуг, целью которого является удовлетворение запросов и потребностей экскурсантов в познании окружающей действительности[1].

Рассматривая экскурсионное обслуживание как результат деятельности туристско-экскурсионных предприятий системы организованного отдыха, следует иметь в виду, что комплекс задач экскурсионного обслуживания включает организацию отдыха поездок и путешествий с посещением исторических, культурных, природных и иных объектов.

Задача программы экскурсионного обслуживания подразумевает достижение целей, которые бывают: познавательными (историческая, архитектурно-градостроительная, литературная, искусствоведческая, природоведческая тематика); развлекательными (отдых, спорт); профессиональными (деловые, бизнес-туры, участие в выставках, ярмарках и др.); прочими (паломничество, хобби, обучение, повышение квалификации и др.).

Экскурсионное обслуживание как субъект туристической индустрии является специфическим видом деятельности, которое осуществляется как для группы лиц, так и, возможно, для отдельного лица. Однако четких норм на осуществление экскурсионной деятельности законом и другими нормативными актами не предусмотрено.

Относительно компонентов обслуживания питанием предполагается, что по месту посещения имеются соответствующие предприятия (кафе, буфеты, столовые) или экскурсантам выдаются скомплектованные продукты для потребления в ходе экскурсии.

В случаях, когда экскурсионное обслуживание является частью программы обслуживания, гостиница или туроператор заключает договор с экскурсионной организацией.

Если договор на экскурсионное обслуживание не заключается, то туристы или посетители могут воспользоваться теми экскурсиями, которые проводятся экскурсионной организацией самостоятельно в дистанции или в местах, удаленных от нее и доступных как с использованием местных транспортных средств, так и пешеходным способом[1].

Взаимодействие с аудиторией:
Экскурсия в отеле: возможности и перспективы

Тема 7.2 Технологии экскурсионного обслуживания в гостинице

Особенности организации обслуживания экскурсий в гостинице

На сегодняшний день в каждом историческом городе России есть отели, предлагающие услугу в виде организации экскурсии. Сотрудники отелей охотно помогают своим гостям в составлении экскурсионной программы, бронируют билеты в театры и музеи, организуют перевозки своих постояльцев в пригороды. Постояльцы четырех и пятизвездочных отелей нередко просят сотрудников гостиниц организовать им полноценные экскурсии с экскурсионным сопровождением. И в данном случае гостиницы обращаются за помощью к тем специализирующимся на проведении экскурсий организациям, с которыми у них есть договоренность о сотрудничестве. Также экскурсия может быть предложена и непосредственно гостиницей с оплатой на месте. На сегодняшний день данные услуги востребованы в гостиницах города Новосибирска, Омска, Москвы, Нижнего Новгорода, Санкт-Петербурга Самары и еще многих других исторических городов России.

Экскурсионная деятельность является одним из основных компонентов индустрии туризма. Экскурсионные услуги входят в перечень дополнительных услуг, оказываемых средствами размещения. Следует отметить, что экскурсионные услуги оказываются большинством гостиничных предприятий, независимо от их категории и репутации. При ряде гостиниц есть собственные экскурсионные бюро и специализированные отделы.

Экскурсионное бюро устанавливает номенклатуру предоставляемых услуг, связи с транспортными организациями, театрами, концертными залами, кинотеатрами, стадионами, цирками, музеями, картинными галереями, выставками, заповедниками, договаривается об их посещении экскурсантами индивидуально или группами.

Законодательство РФ предусматривает обязательное заключение письменного соглашения — договора на предоставление туристских услуг между заказчиком и исполнителем.

Кроме организаторской, экскурсионное бюро ведет методическую работу, осуществляет контроль за качеством экскурсий, рекламную деятельность.

Экскурсионным бюро руководит его менеджер, в состав персонала входят методисты-экскурсоводы, экскурсоводы, гиды-переводчики, разработчики экскурсий, руководители туристских групп.

Заявки фиксируются в специальном журнале. Запись ведется по датам проведения экскурсий.

Ответственные за проведение экскурсий предприятия должны иметь в своем штате специально подготовленных и знающих родной для туристов язык профессионалов (гидов). Отсутствие гида-переводчика или его непрофессионализм способны сильно испортить впечатление туриста от поездки.

Требования, предъявляемые к гиду-переводчику, различны, но основными из них являются следующие:

1. Знание большого фактического материала и умение изменять предлагаемый текст в соответствии с особенностями контингента туристов, их возраста и социального состава;
2. Творческий подход к своей работе, умение "заразить" своей любовью к городу, стране всех присутствующих в группе;
3. Систематическая работа над расширением своего общего кругозора, совершенствование профессиональных знаний и знаний иностранного языка, соблюдение установленных норм и правил поведения, корректность во взаимоотношениях с туристами.

Обязанности гида-переводчика:

1. Хорошее знание и строгое выполнение правил приема и обслуживания иностранных туристов;
2. Сопровождение группы туристов в поездке, начиная от первого и заканчивая последним пунктом программы;
3. Обеспечение устного перевода во время проведения всех запланированных организаторами тура мероприятий;
4. Строгий контроль за выполнением администрациями объектов размещения и системы питания требований обслуживания иностранных туристов;
5. Систематическое самообразование и научная деятельность (составление методик и лексических пособий, написание новых текстов экскурсий, комплектование и пополнение портфеля экскурсовода и др.) в свободное от работы время[1].

Таким образом, рассмотрев теоретические аспекты экскурсионного обслуживания, выявили основные задачи, такие как: - знакомство гостей города с его достопримечательностями;

- донести до потребителя, комплекс знаний по истории, культуре, географии и др.

Так же рассмотрев, особенности организации обслуживания экскурсий в гостинице узнали требования, предъявляемые к гиду-переводчику и его обязанности. Узнали что требования к персоналу в сфере экскурсионного обслуживания, очень требовательна и уникальна.

Взаимодействие с аудиторией:

Успех организации экскурсий в отеле

1. **Проектирование дополнительных услуг в гостинице**
2. **Раздел 8. Гостиничные анимационные программы и услуги.**

3. Цели занятия.
-изучить анимацию в отеле

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	**Гостиничные анимационные программы и услуги**	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема 8.1 Особенности гостиничной анимации

Программное анимационное воздействие на человека во время его отдыха в той или иной мере способствует сохранению и восстановлению его здоровья: соматического, физического, психического, нравственного.

Эти компоненты здоровья и определяют соответствующую условную типологию направлений и программ туристской анимации:

Первый тип - спортивные, спортивно-оздоровительные, спортивно-развлекательные программы.

Второй тип - зрелищно-развлекательные, приключенческо-игровые программы.

Третий тип - познавательные, спортивно-познавательные, культурно-познавательные, экскурсионные, обучающие, любительские и творческо-трудовые программы. Для каждого из этих направлений можно выделить характерные формы анимационной деятельности.

Четвертый тип - комплексные программы, комбинированные из однородных программ.

Спортивные анимационные программы предназначены для туристов, увлекающихся тем или иным видом спорта и приехавших в спортивно-туристский комплекс для занятий спортом по определенной системе тренировок в сочетании с отдыхом.

Спортивно-оздоровительные программы отличаются от спортивных тем, что они рассчитаны на туристов, любителей спорта и активного отдыха, для которых туркомплекс - это единственное место и возможность восстановления сил и здоровья через активные физическое нагрузки в условиях чистой природы и чистого воздуха.

Спортивно-развлекательные программы ориентированы на туристов любого возраста. Они строятся на вовлечении туристов в активное движение через заманчивые, увлекательные, веселые конкурсы и безобидные состязания.

Спортивно-познавательные программы строятся на приобщении туристов к духовно-нравственным ценностям в процессе активного отдыха (походы, пешеходные экскурсии).

Экскурсионные программы составляются из различных видов экскурсий, а обучающие программы помогают туристам приобрести различные умения и навыки (в плавании и других различных видах спортивных занятий, ремесел).

Культурно-познавательные анимационные программы туркомплекса строятся на приобщении туриста к культурно-историческим и духовным ценностям нации, страны, местного населения и включают: посещение музеев, театров, кинотеатров, художественных галерей, парков, выставок, национальных фольклорных мероприятий, концертов, вечеров поэзии, встреч с известными деятелями культуры. Некоторые из этих программ зависимы от платежеспособности туристов, уровня их интеллектуального развития.

Приключенческо-игровые анимационные программы строятся на соприкосновении туриста с интересным, волнующим, необычным (например, участие в ролевых играх и конкурсах, посещении пещер, пиратской вылазке, вечере народных преданий и легенд, ночном походе, ночном спуске на горнолыжном курорте, в тематическом пикнике). Эти программы имеют спрос независимо от возраста, пола, национальности, образования отдыхающих.

Любительские (творческо-трудовые) анимационные программы строятся на привлечении туристов к творчеству, сотворчеству, состязанию в изготовлении местных поделок, что вызывает у них интерес к национальным особенностям местного населения. После участия в такой программе гость отмечает, что он научился общению на местном национальном языке, познакомился с национальными музыкальными инструментами, танцами, кухней и т. д. Формы проведения этих программ могут быть самыми разнообразными: аукцион поделок из природных материалов, конкурс любительской фотографии, фестиваль авторских стихов и песен, концерт вокальных и инструментальных исполнителей, выставка детского рисунка, песочной скульптуры и т. д.

Зрелищно-развлекательные анимационные программы включают: праздничные мероприятия, конкурсы, фестивали, карнавалы, тематические дни, ярмарки, дискотеки, танцевальные вечера, концерты художественной самодеятельности и т. д.

Анимационные программы типа «общение по интересам» являются по сути дела комбинациями из упомянутых программ, однако здесь необходимо уделить больше внимания той непринужденной, ненавязчивой, комфортной обстановке, которая располагала бы к общению соответственно интересам, желаниям, темпераментам, национальностям и т. д. Для

этого необходим хороший аниматор - «затравщик», катализатор такого общения. При разработке этих программ ставятся, в частности, следующие цели:

- удовлетворение потребности самовыражения;
- поощрение туристов (гостей, отдыхающих) в развитии своих умений;
- направление развлечений и навыков в созидательное русло;
- избавление от ежедневных проблем и стрессов;
- изменение имиджа и расслабление напряжения;
- приобретение дополнительных знаний в области культуры.

Для того чтобы удовлетворить потребности гостей разных национальностей, возрастов, достатков и возможностей (физических, интеллектуальных и т. д.), программы анимации должны меняться на протяжении всего сезона по содержанию, интенсивности, времени проведения и по другим параметрам.

Анимационные программы в значительной мере зависят от размера отеля, его месторасположения, функциональной ориентации, имеющихся возможностей (в том числе по спектру оказываемых дополнительных услуг), а также от профессионализма и степени универсальности тураниматоров, от их таланта,

Качество и объем выполняемых анимационных программ в туркомплексах, отелях определяются в существенной степени наличием требуемого персонала и в целом - эффективностью анимационного менеджмента.

В небольшом отеле анимационными программами может заниматься один человек - менеджер туранимации, в туркомплексе среднего размера - отдел (служба) туранимации, а в крупных курортных и клубных туркомплексах - специализированные анимационные центры (центры досуга).

Взаимодействие с аудиторией:
Гостиничная анимация и ее роль в успехе гостиницы

Тема 8.2 Тематические парки как объекты досуговой индустрии

Парки культуры и отдыха – это специализированные учреждения, которые используют рекреационные возможности для организации отдыха и оздоровления человека.

Главное назначение парка – это проведение культурно – массовой и физкультурно-оздоровительной работы, организация полноценного содержательного отдыха, массового отдыха и развлечений, культурного обслуживания населения.

Классификация парков.

Организация деятельности тематических и общественных парков.

Тематический парк – это специализированное учреждение культурного назначения, который предоставляет услуги, объединенные общей темой, или выделенные отличительной особенностью.

В основе концепции тематических парков лежит идея, на основе которой построена содержательная работа всех аттракционов, представлений, ресторанов, магазинов.

Посещение тематических парков – издавно излюбленное занятие туристов. Сочетание архитектуры, ландшафта, одежды обслуживающего персонала, выставок, продающихся сувениров и подаваемой пищи эти создают ощущение, что посетитель странным образом попал в какое – то другое место и другое время.

Парки могу т создаваться вокруг самых разнообразных тем: история. Культура, география, спорт и т.д. Некоторые из них всецело посвящены одной теме, как, например, парк «Подводный мир» (морская флора и фауна). Другие могут затрагивать разные темы, например парк в Огайо, задуманный как развлекательный центр для семейного отдыха, разделен на шесть зон: Интернациональная улица, Первое октября, Речной город, Хана – Барбера Лэнд, Кони – Молл, Дикие животные в среде своего обитания. Другой пример – парк «Великая Америка» в Калифорнии – центр семейного отдыха, где на площади 100 акров размещены Площадь родного городка, Территория Юкон, Гавань Янки, Деревенская ярмарка и Новый Орлеан.

Международный опыт управления тематическими парками

Современная индустрия тематических парков началась в 1955 году открытием "Диснейленда" в плате Калифорния, однако, оказалось много противников, которые предрекали ненужность таких парков.

Современному тематическому парку как направлению индустрии отдыха и развлечений около полувека, однако, его исторические корня уходят в древние времена. Рождение тематического парка как идеи принадлежит организаторам древних карнавалов, турниров и цирков Европы и Азии. Тогда эти представления организовывались, чтобы повеселить людей, собрать их, поделиться новостями, распродать товары, сообща приятно провести время.

Но ещё в 19 в. в США, уже существовали парки аттракционов с карнавалами, которые к тому времени уже стали постепенно вырождаться и превратились в развлечения для детей. Мелкая торговля, примитивные игры, дешёвая пища и увеселительные компании - это всё, что там было.

В этом виде, как он выглядит в наше время, тематический парк появился впервые в мыслях Уолта Диснея, когда он, сидя на скамейке в одном из парков, наблюдал, как его

маленькие дочки катаются на каруселях. Он, думая о том, что, вероятно, можно найти лучшее решение тому несправедливому положению, когда взрослые вынуждены платить за билет в парк, в то время, как удовольствие от пребывания в нём получают только дети. Он думал о том, как создать на Земле такой уголок, где взрослые чувствовали бы себя детьми и не стеснялись этого, а дети всех возрастов могли получить удовольствие.

Фантазии, которые породили Микки Мауса и Белоснежку и их приключения, легли в основу первого тематического парка.

Но в наши дни тематический парк уже другой. Некоторые характерные признаки идут ещё с древних времён, по большинство парков, созданных после 1955 года - это совершено новое явление.

Они предлагают своим гостям семейное развлечение. Там дети всех возрастов могут получить удовольствие и даже чему-нибудь научиться.

Поскольку население страны становится старше, все тематические парки нуждаются в изменениях, которые давали бы возможность предложить разнообразные формы развлечении людям всех возрастов, и, в первую очередь, интересные более взрослому населению. Это означает, что парки должны стать более образовательными.

Пример этому - успех таких парков, как: "Мир моря", Чёрный континент (тема: Африка), "Древняя страна" (тема; Западная Европа).

Революционным достижением и идеей Уолта Диснея явилось создание во Флориде учебно-развлекательного центра, который нашёл последователей в других тематических парках.

Успех тематического парка всецело зависит от того, насколько гости получают в нём удовольствии. Для того, чтобы быть прибыльным, парк должен рассчитывать на повторные посещения. Даже "Диснейленд", самый популярный тематический парк курортного типа в мире, должен иметь постоянных гостей. Следовательно, ключом к успеху в работе парка должно быть создание таких условий, при которых гости, покидая парк, уносили бы с собой желание вновь в него вернуться. То есть следует продолжать привлекать одних и тех же посетителей. Существует несколько подходов, как этого добиться.

В основе концепции тематических парков лежит какая-либо главная тема, вокруг которой происходит построение всех аттракционов. Интерес гостей поддерживается всем тем, что заставляет их вновь возвращаться в парк и делает возможным создание единой атмосферы в парке.

Центральная тема проходит через аттракционы, рестораны, магазины и живые представления. Они должны притягивать посетителей и способствовать их постоянным посещениям. Для того, чтобы интерес к тематическому парку с годами не уменьшался, необходимо периодически обновлять аттракционы. Поскольку общее питание и мелкая

торговля не являются главными притягивающими элементами тематического парка, эти элементы должны работать на общую идею или полностью заменить.

К сожалению, многие парки носят сезонный характер и работают 150 дней в году, с мая по сентябрь. Поэтому значительная стоимость новых аттракционов делает их установку экономически невыгодной. Те парки, которые работают круглогодично, обновляют большую часть своих аттракционов раз в 3-4 года. Другие парки видоизменяют их или готовят новые тематические представления. Таким способом руководители создают у гостей ощущение новизны, сохраняя потоки посетителей.

Кроме требований, связанных с постоянным обновлением развлечений, очень важным моментом является цена. Цена - существенный элемент представления, которая должна быть сравнительно невысокой. Входная цена будет увеличиваться по мере увеличения числа аттракционов, но у гостей не должно быть ощущения, что эти мероприятия осуществляются за их деньги. Цена учитывает и проведение таких мероприятий, как парады и представления. Цена включает входную плату и отражает качество питания и аттракционов. Нельзя полагать, что если есть огромный поток посетителей, обслуживать можно плохо и назначать любую цену. Это приведет к тому, что прибыльное с начала предприятие, потерпит полный крах.

Руководство парка очень внимательно относятся к ценностям. Четырёхлетний ребёнок находит ценность во всём, что видит, двенадцатилетний

- ценность для него - испытать острые ощущения, шестнадцатилетний предпочитает представления, люди старшего поколения любят патриотические представления. Ценности; существующие для каждого в тематическом парке, являются важной причиной появления постоянных гостей парка.

Взаимодействие с аудиторией:
Востребованность тематических парков современными гостями отеля

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. **Дополнительные услуги как часть услуг гостиничного предприятия**
2.Цели занятия:
- Сформировать представление о дополнительных услугах
4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дополнительные услуги как часть услуг гостиничного предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1: Дополнительные услуги как часть услуг гостиничного предприятия

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 1:

1. Праздники и зрелища в истории развития индустрии гостеприимства.
2. Досуг в России с древнейших времен до наших дней. Народные игры, развлечения, забавы.
3. Дополнительные услуги индустрия гостеприимства в России: современное состояние и перспективы развития.
4. Развитие дополнительных услуг гостиниц в Древней Греции и Риме.
5. Формы отдыха в эпоху средневековья.
6. Состояние и перспективы развития игорного бизнеса в коллективных средствах размещения в России.
7. Экстремальные развлечения отдыха в гостиничных комплексах.
8. Спортивные праздники в истории гостиниц.
9. Костюмированные тематические мероприятия.
10. Особенности семейных досуговых программ.
11. Деловые игры: предназначение и особенности организации.
12. История развития медицинских и косметологических процедур в гостиницах.
13. Современные интеллектуальные игры.
14. Организация досуга гостей гостиничного комплекса.
15. Услуги спа-салонов для гостиничных предприятий.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. Основные функции вспомогательных служб:
а) изучение потребностей клиентов
б) создание условий для функционирования санитарно-технического оборудования
в) тренажерные залы

г) услуги прачечной
д) контроль за соблюдением норм и правил по охране труда

2. Основные функции дополнительной службы в отеле:
а) анализирует результаты финансовой деятельности предприятия
б) услуги бизнес-центра
в) вопросы правового обеспечения
г) визовая поддержка
д) противопожарная безопасность

3. К сопутствующим услугам относятся:
а) хранение багажа
б) отправка и получение писем и телеграмм
в) медицинская помощь
г) организация продажи билетов
д) экскурсионное обслуживание
е) прокат автомобилей

4.Бесплатные услуги:
а) побудка
б) доставка цветов
в) заказ мест в ресторанах города
г) доставка корреспонденции
д) предоставление в номер посуды и столовых приборов
е) вызов такси

5. Гостиничная анимация представляет собой:
а) разновидность туристской деятельности, вовлекающая туристов в разнообразные мероприятия, разработанные программы досуга;
б) деятельность, направленную на восстановление жизненных сил туриста;
в) комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом и их участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой;
г) анимацию, способствующую удовлетворению специфических туристских потребностей.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2: Организация деятельности предприятий питания и услуг в составе гостиницы

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Особенности и значение услуг ресторанов в гостиничном предприятии.
2. Ресторанные услуги и программы.
3. Дополнительные услуги, оказываемые ресторанами и другими структурными подразделениям гостиничного комплекса.
4. Обслуживание мини-баров.
5. Обслуживание в номерах.
6. Обслуживание питанием в номерах.
7. Техника обслуживания в номерах, комплектование сервировочной тележки.
8. Принятие заказа на обслуживание в номере.
9. История становления и развития предприятий питания в России и за рубежом.
10. Предпосылки становления ресторанного дела в России.
11. Традиции еды и пития.

12. Предприятия питания в России и за рубежом.
13. Международные ресторанные цепи.
14. Ресторан как уникальная форма предприятия питания.
15. Особенности ресторанного обслуживания.
16. Ресторанный этикет.
17. Необычные рестораны мира.
18. История традиций питания в России XX вв
19. История происхождения блюда или история, связанная с данным блюдом
20. Тенденции развития мировой и российской ресторанной индустрии. Прогнозы и перспективы развития.
21. История развития столовых приборов, посуды и белья
22. История развития таверн, псистери, пивных садов, пивных комнат, тапас-баров, кафе, пабов, бистро
23. Особенности питания в различных странах мира, факторы, влияющие на культуру питания: природные, религиозные.
24. Французская кухня как родоначальница европейской.
25. История возникновения столовой посуды, приборов, белья. Материалы для их изготовления. Назначение и использование.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. В каком году англичане начали всерьез перенимать у французов их концепцию ресторанов

а) в 1898 году
б) в 1812 году
в) в 1856 году
г) в 1872 году

2. Какая кухня ресторанов Дельмонико задавала тон всей американской гастрономии

а) Шотландская кухня
б) Швейцарско-французская кухня
в) Русская кухня
г) Французско-итальянская кухня

3. Кто был величайшим кулинаром XIX века, автором классического труда Le Guide Culinaire (Справочник по кулинарии)

а) Антонен Карэм
б) Дельмонико
в) Агюст Эскофье
г) Роберт Гринхау

4. Кто стал «отцом» ресторанного бизнеса в Европе

а) Буланже
б) Цезарь Ритц
в) Эскавье
г) Доминико

5. Какая страна является основополагающей развития ресторанного бизнеса?

а) Китай
б) Франция
в) Россия
г) Австралия

6. Где появились первые таверны?

а) Россия
б) Рим
в) Англия
г) Египет

7. Как назывался первый в мире ресторан?
а) «Таверна»
б) «Дом»
в) «Собрино де Ботин»
г) «Собрино де Лар»

8. В каком году был открыт первый ресторан?
а) 1725
б) 1813
в) 1076
г) 1965

9. «restorade vos», ресторатор из Парижа Буланже впервые написал на вывеске своего заведения эту фразу, что она означает?
а) «Еда-это жизнь»
б) «Сытный человек-добрый человек»
в) «утолю ваш голод»
г) «Жизнь-еда»

10. С кого началась история ресторанного бизнеса в России?
а) Александр I
б) Петр I
в) Иван Грозный
г) Екатерина I

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия 3: *Спортивно-оздоровительные услуги в гостиницах*
Форма практического задания: реферат
Перечень тем рефератов к темам раздела 3:

1. Организационная структура оздоровительного центра в гостинице. Управление персоналом.
2. Функциональные обязанности персонала и стандарты обслуживания потребителя оздоровительных услуг.
3. Профессиональные требования к персоналу оздоровительных центров в гостинице. Профессиональная этика и этикет сотрудника оздоровительного центра.
4. Национальные, культурные и религиозные традиции и особенности обслуживания потребителей оздоровительных услуг.
5. Миссия и цели создания оздоровительных центров в гостинице.
6. Дизайн, оснащение и оборудование оздоровительных центров в гостинице.
7. Бассейны. Бани. Термы. Лечебные, профилактические, косметические услуги и процедуры в оздоровительных центрах.
8. Холистическая концепция организации оздоровительной деятельности в гостинице.
9. Организация и технологии Spaсалонов в гостинице.
10. Организация и технологии Welness-- салонов в гостинице.
11. Организация и технологии салонов – красоты в гостинице.
12. Организация и технологии фитнесцентров в гостинице.
13. Организация и технологии керлингцентров в гостинице.

14. Организация и технологии боулингцентров в гостинице.

15. Организация и технологии функционирования теннисных кортов, гольф-полей при гостинице.

16. Разработка перспективных целей и эффективных программ в оздоровительных центрах гостиницы.

17. Скрининг участников Spa-,Welness-, фитнес – программ в гостинице. 3.Индивидуальные Spa-,Welness-, фитнес – программы. Персональные инструкторы оздоровительных центров.

18. Организация и технологии фитнес-центров в гостинице.

19. Организация и технологии керлинг-центров в гостинице.

20. Организация и технологии боулинг-центров в гостинице.

21. Организация и технологии функционирования теннисных кортов, гольф-полей при гостинице.

22. Оздоровительный центр в отеле.

23. Спектр услуг, оказываемых оздоровительным центром.

24. Технология работы и функции персонала оздоровительного центра.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. К базовым типам креативных идей в event-маркетинге относятся:

а) нестандартный объект в привычном пространстве

б) прямая ассоциация

в) гротеск

г) бенчмаркинг

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия 4: БИЗНЕС ЦЕНТР, ЕГО НЕОБХОДИМОСТЬ И ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ, СПЕКТР ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 4:

1. Особенности проведения конференций различного типа.
2. Формирование базы данных о клиенте.
3. Организация работы с поставщиками услуг и посетителями.
4. Формирование программы мероприятий. Структура программы. Отличия программ для разных мероприятий
5. Технические требования к помещению, рабочему пространству для организации мероприятия
6. Фирменный стиль. Разработка имиджа, логотипа, бренда, печатной продукции мероприятия. Креативные решения организации рабочего пространства.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. _____ – это демонстрация на выставке товаров фирмы и других материалов, рассказывающих о ее деятельности.

Ответ: экспозиция

2. Выставки и ярмарки – это _____, на которых экспоненты _____ на основе выставочных образцов производимые товары и услуги.

Ответ: рыночные мероприятия, представляют

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5

Тема практического занятия 5: **Конгрессные возможности гостиницы. Организация обслуживания конгрессных мероприятий**

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 5:

1. Современные тенденции и основные направления развития конгрессной деятельности в России и за рубежом.
2. Классификация конгрессных мероприятий различного уровня и назначения.
3. Существующие форматы проведения мероприятий. Типы мероприятий.
4. Формы конгрессной деятельности.
5. Классификация и методы конгрессной деятельности.
6. Конгрессное подразделение в структуре компании. Типы структур. Направления работ. Координация между менеджерами отдельных направлений.
7. Организаторы конгрессной деятельности.
8. Профессиональные организаторы научно-представительских мероприятий (DMC, PCO и др.).
9. Правовое обеспечение и механизмы государственного регулирования и поддержки развития конгрессной деятельности.
10. Конгрессное бюро: назначение, функции, принципы организации работы, роль на рынке конгрессных услуг
11. Участники конгрессных мероприятий.
12. Организация системной работы по поиску и привлечению докладчиков
13. Организация совместной работы с партнерами конгрессного мероприятия, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми предприятиями
14. Логистика конгрессных мероприятий.
15. Технические требования к помещению, рабочему пространству для организации мероприятия
16. Коммуникационное пространство конгрессного мероприятия. Организация регистрации участников, кофе-брейков и зон для общения. Организация питания. Организация встреч, переговоров, биржа деловых контактов
17. Брендинг партнеров.
18. Сопутствующие мероприятия конгрессной деятельности. Обоснования для включения в программу презентаций, церемоний вручения премий, мероприятия культурной и светской программы, программы для сопровождающих лиц как элемент программы

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Штаб-квартира Организации международных выставок (BIE) находится

А. в Париже;
Б. в Ганновере;
В. в Брюсселе;
Г. в Амстердаме

Ответ: А

2. Союз выставок России, стран СНГ и Балтии был переименован в Международный союз выставок и ярмарок

А. в 1993 г.;
Б. в 1998 г.;
В. в 2000 г.;
Г. в 2002 г.

Ответ: А

3. Международная туристская выставка FITUR проводится

А. в Берлине;
Б. в Милане;
В. в Мадриде;
Г. в Москве.
Ответ: В

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6

Тема практического занятия 6: Транспортное обслуживание в гостиницах

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 6:

1. Управление безопасностью жизнедеятельности
2. Негативные факторы, их влияние на безопасность жизнедеятельности человека в среде его обитания и защита от них.
3. Правовое обеспечение транспортных услуг в России.
4. Министерство транспорта РФ, как основной государственный орган, регулирующий сферу транспорта в России.
5. Правовые основы перевозок пассажиров железнодорожным транспортом в международном и внутреннем сообщении.
6. Правовые основы перевозки пассажиров автомобильным транспортом во внутреннем сообщении.
7. Правовые основы перевозки пассажиров автомобильным транспортом в международном сообщении.
8. Варшавская конвенция 12.10.1929 г. «Об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок».
9. Монреальская конвенция об унификации некоторых правил международных воздушных перевозок (1999 г.).
10. Конвенция о международной гражданской авиации (Чикаго, 1944 г.).
11. "Воздушный кодекс Российской Федерации"
12. Международная конвенция по контракту на путешествие (CCV).
13. Трансфер
14. Виды и типы трансфера.
15. Транспортные технологии в туризме и гостеприимстве.
16. Страхование при поездках. Виды договоров страхования.
17. Транспортные услуги, предлагаемые гостиничным предприятием.
18. Универсальная технология организации транспортных услуг.
19. Правила оказания пассажирских транспортных услуг.
20. Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности».
21. Применяемые тарифы в авиационных перевозках.
22. Альтернативные виды воздушного транспорта и его применение в туризме.
23. Соглашение о транзите по международным воздушным линиям (Чикаго, 1944 г.).
24. Обслуживание лиц с ограниченными возможностями на воздушном транспорте.
25. Оказание транспортных услуг проживающим.
26. Бронирование билетов на различные виды транспортных средств с помощью новейших информационных технологий.
27. Заказ такси. Прокат машин. Услуги трансфера. Порядок приема заказов на услуги автотранспорта и ведения документации.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Как классифицируются туристические автобусы по комфортабельности?
   А) На 4 класса.
   Б) На 5 классов.
   В) На 4 типа.
   Г) На 5 типов.

Д) На 4 вида.
Е) На 5 видов.

2. Какие факторы не влияют на стоимость проката автомобиля?
А) Длительность аренды автомобиля.
Б) Класс автомобиля.
В) Срок эксплуатации автомобиля.
Г) Район страны.
Д) Возраст водителя.
Е) Все выше перечисленные факторы влияют на стоимость аренды автомобиля.

3. Какой документ регулирует международные перевозки на морском транспорте?
А) Афинская Конвенция.
Б) Бернская Конвенция.
В) Варшавская Конвенция.
Г) Женевская Конвенция.
Д) Монреальская Конвенция.
Е) Чикагская Конвенция.

4. Какой документ регулирует международные перевозки на морском транспорте?
А) Афинская Конвенция.
Б) Бернская Конвенция.
В) Варшавская Конвенция.
Г) Женевская Конвенция.
Д) Монреальская Конвенция.
Е) Чикагская Конвенция.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 7

Тема практического занятия 7: Предоставление экскурсионного обслуживания
Форма практического задания: реферат
Перечень тем рефератов к темам раздела 7:

1. Организация деятельности гидов.
2. Виды экскурсий.
3. Технологии обслуживания гостей во время экскурсий

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. **Вид досуговой деятельности, направленный на восстановление духовных и физических сил человека**

А) туристская анимация
Б) рекреационная анимация
В) гостиничная анимация
Г) ресторанная анимация

2. **Автор определения: «Досуг - та часть свободного времени (оно является частью внерабочего времени), которым человек располагает по своему усмотрению»**

А) автор социологического словаря А.И. Кравченко
Б) автор научной литературы Л.В. Чичиков
В) путешественник Д.Л. Кук
Г) исследователь Р.Ж. Абрамов

3. **Функциональная значимость досуговой деятельности**

А) в ее преобладании над всеми другими отраслями развития досугой деятельности

Б) в ее многозначимости перед государственной политикой страны
В) в ее эффекте, который может предстать как в материально-предметной, так в ориентационной и коммуникативной формах
Г) в ее отражении перед государственной политикой страны, когда правительство берет на себя ограничение предпринимательской деятельности

4. Дайте определение понятию досуг

А) это деятельность ради собственного удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по собственному выбору, а не по причине материальной необходимости
Б) состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходимых для его существования и развития
В) побуждения человека, направленные на удовлетворение потребностей
Г) занятость населения, рабочее время

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 8

Тема практического занятия 8: Определение содержания инновационной программы санаторно-курортного учреждения. Планирование инновационной программы в санаторно- курортном предприятии

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 8:

1. Особенности и значение гостиничной анимации.
2. Гостиничные анимационные услуги и программы.
3. Структура анимационной службы.
4. Модель специалиста службы анимации
5. Понятие «технология создания анимационных программ».
6. Композиционное построение сценарного материала в анимационных программах.
7. Монтаж как основной метод композиционного построения сценария анимационных программ.
8. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
9. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
10. Этапы планирования event - мероприятия
11. Области использования event – менеджмента
12. Праздники и зрелища в истории мировой культуры.
13. Досуг в России с древнейших времен до наших дней. Народные игры, развлечения, забавы.
14. Индустрия развлечений в России: современное состояние и перспективы развития.
15. Развлечения в Древней Греции и Риме.
16. Формы отдыха в эпоху средневековья.
17. Карнавал: история и современность.
18. Игры современного мира.
19. Пейнтбол – игра для сильных и смелых.
20. Состояние и перспективы развития игорного бизнеса в России.
21. Экстремальные развлечения в современном мире.
22. Спортивные праздники в истории туризма.
23. Костюмированные туры.
24. Шоу-музеи как культурно-рекреационные объекты познавательного и развлекательного туризма.
25. Особенности семейных досуговых программ.
26. Деловые игры: предназначение и особенности организации.
27. История развития азартных игр.
28. Современные интеллектуальные игры.
29. Организация карнавалов и фестивалей в России.

30. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия, предварительной продажи билетов. Страхование

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. Гостиничная анимация представляет собой:

а) разновидность туристской деятельности, вовлекающая туристов в разнообразные мероприятия, разработанные программы досуга;

б) деятельность, направленную на восстановление жизненных сил туриста;

в) комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом и их участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой;

г) анимацию, способствующую удовлетворению специфических туристских потребностей.

2. Рекреационная анимация – это:

а) вид досуговой деятельности, направленной на восстановление духовных и физических сил человека;

б) организация досуга в клубах, кинотеатрах, стадионах, фитнес-цент-рах;

в) социально-культурная деятельность туристов в свободное время;

г) стимулирование полноценной рекреационной, социально-культур-ной досуговой деятельности человека путем воздействия на его жизненные силы, воодушевление, одухотворение.

3. Важнейшей функцией анимационной деятельности, направленной на удовлетворение:

а) социально-культурных потребностей людей в период досуга, является:

б) познавательная функция;

в) регулятивная функция;

г) социальная;

д) гносеологическая функция.

4.Разрабатывая досуговую программу для молодежи, аниматоры предлагают:

а) творческие вечера, светские салоны и конкурсы;

б) игротеки, утренники;

в) КВНы, вечера и дискотеки, фестивали и т.д.;

г) соревнования юных туристов, эстафеты, конкурсы.

5. Гостиничная анимация – это:

а) своеобразная услуга, преследующая цель – повышения качества обслуживания, и в то же время – это своеобразная форма рекламы, повторного привлечения гостей и их знакомых, тоже преследующая цель – продвижение туристского продукта

б) целевые туристские поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, которые предоставляются в разных географических точках

в) программы, предназначенные для «поддержки» основных туристских услуг

г) своеобразные дополнительные услуги клиенту, цель которых пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха и желание приехать в этот отель еще раз

6. Функция анимации, создающая положительные эмоции и стимулирующая психическую стабильность

А) адаптационная

Б) рекламная
В) стабилизирующая
Г) компенсационная

7. Совершенствующая функция анимации

А) приносит интеллектуальное и физическое усовершенствование
Б) позволяет перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой
В) освобождает человека от физической и психической усталости от повседневной жизни
Г) создает положительный эмоции и стимулирует психическую стабильность

8. Функция анимации, позволяющая перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой

А) адаптационная
Б) рекреационная
В) восстановительная
Г) компенсационная

9. Комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств

А) техника анимации
Б) технология создания анимационных программ
В) стратегия реализации анимационных программ
Г) концепция анимационной деятельности

10. К режиссерской подсистеме технологии создания анимационных программ относится

А) распределение ролей, составление планов репетиций, постановка спектакля, шоу
Б) организация совместной деятельности анимационной команды, экономических, технических, рекламных отделов
В) создание и разработка сценариев мероприятия, текстов экскурсий
Г) подбор спортивных игр и соревнований, составление маршрутов походов с последующей разработкой методических рекомендаций на основе обобщения опыта

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения

размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Основные понятия торговли услугами гостиничного предприятия	
Тема 1.1. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг гостиницы	Основные и дополнительные услуги в гостиницах. Технология предоставления дополнительных услуг в гостинице. Анализ организации дополнительных и сопутствующих услуг для привлечения клиентов в гостинице.
Тема 1.2. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг ресторана	Основные и дополнительные услуги в ресторане. Технология предоставления дополнительных услуг в ресторане.
Раздел 2. Факторы, воздействующие на формирование и ценообразование гостиничных и ресторанных услуг	
Тема 2.1. Формирование и ценообразование гостиничной услуги, цены и ценовая политика	Формирование и ценообразование гостиничной услуги, цены и ценовая политика
Тема 2.2. Формирование и ценообразование ресторанных услуг, цены и ценовая политика	Формирование и ценообразование ресторанных услуг, цены и ценовая политика
Раздел 3. Технологии продаж в индустрии гостеприимства	
Тема 3.1. Маркетинговые технологии в деятельности гостиниц	Маркетинговый план
Тема 3.2. Выставочная деятельность гостиничного	Выставки и классификация выставочных мероприятий

предприятия	
Раздел 4. Рекламная деятельность в продвижении гостиничных и ресторанных услуг	
Тема 4.1. Выставки-ярмарки как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг	Представление гостиницы и ресторана в проспектах и каталогах, буклетах и постерах, плакатах и листовках, открытках и визитках, календарях, в журналах, бюллетенях, справочниках, издаваемых фирмами
Тема 4.2. Конкурсные торги как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг	Участие в отечественных, международных и региональных выставках-ярмарках индустрии гостеприимства.
Раздел 5. Методы продвижения гостиничных и ресторанных услуг	
Тема 5.1. Реклама гостиничного продукта через Интернет	Реклама услуг гостиниц и ресторанов у блогеров. Продвижение услуг гостиниц и ресторанов в поисковых сервисах.
Тема 5.2. Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях	Реклама на радио услуг гостиниц и ресторанов. Реклама услуг гостиниц и ресторанов на ТВ

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой

обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес

аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Основные понятия торговли услугами гостиничного предприятия

Тема 1.1. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг гостиницы

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные и дополнительные услуги в ресторане. Технология предоставления дополнительных услуг в ресторане.
2. Анализ организации дополнительных услуг для привлечения клиентов в ресторан.
3. Организация предоставления услуг в ресторане
4.

Тема 1.2. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг ресторана

Вопросы для самоподготовки:

1. Дополнительные услуги современных ресторанов.
2. Организация дополнительных услуг в ресторанном бизнесе.
3. Маркетинг в ресторанном бизнесе.

Раздел 2. Факторы, воздействующие на формирование и ценообразование гостиничных и ресторанных услуг

Тема 2.1. Формирование и ценообразование гостиничной услуги, цены и ценовая политика

Вопросы для самоподготовки:

1. Международные факторы (политические и экономические, состояние международного рынка капитала, ценных бумаг и труда, изменение курсов валюты, особенность международных законодательных актов, конкурентоспособность гостиничной услуги).

2. Внутригосударственные факторы (экономическое состояние страны, законодательство в сфере туризма, налоговая система, национальные, конфессиональные и другие традиции, социальное благосостояние народа, уровень доходов, наличие свободного времени и материальных средств, менталитет населения к услугам ресторана).

Тема 2.2. Формирование и ценообразование ресторанных услуг, цены и ценовая политика

Вопросы для самоподготовки:

1. Местные факторы (расположение, профессионализм персонала и оплата его труда, особенности взаимодействия с местными органами власти, возможности создания оригинального гостиничного продукта).
2. Понятие «ценовая политика» и ее цели.
3. Ценообразующие факторы
4. Выбор метода ценообразования

Раздел 3. Технологии продаж в индустрии гостеприимства

Тема 3.1. Маркетинговые технологии в деятельности гостиниц

Вопросы для самоподготовки:
1. Маркетинговый план.
2. Элементы маркетингового плана.
3. Маркетинг микс.
4. Выставки и классификация выставочных мероприятий.

Тема 3.2. Выставочная деятельность гостиничного предприятия

Вопросы для самоподготовки:
1. Особенности и назначение рекламы.
2. Рациональная и эмоциональная реклама.
3. Особенности и назначение PR акций и компаний.
4. Особенности и назначение пропаганды.

Раздел 4. Рекламная деятельность в продвижении гостиничных и ресторанных услуг

Тема 4.1. Выставки-ярмарки как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Представление гостиницы и ресторана в проспектах и каталогах, буклетах и постерах, плакатах и листовках, открытках и визитках, календарях, в журналах, бюллетенях, справочниках, издаваемых фирмами.

2. Реклама на билдбордах с крупноформатными плакатами на высотных носителях, на плакатах синхронного вращения.

3. Реклама о гостеприимстве на внешних поверхностях транспортных средств, внутри салонов, на остановках, в аэропортах и вокзалах, в метро и общественных местах.

Тема 4.2. Конкурсные торги как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

Вопросы для самоподготовки:
1. Реклама гостиничных и ресторанных услуг в специализированных магазинах: витрины, вывески и планшеты, установки и конструкции, видеомониторы, знаки, розыгрыш призов.
2. Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях.
3. Участие в отечественных, международных и региональных выставках-ярмарках индустрии гостеприимства.
4. Управление процессом выставок-ярмарок и конкурсных торгов на основе нормативно-правовой базы.
5. Методы продвижения услуг.

Раздел 5. Методы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

Тема 5.1. Реклама гостиничного продукта через Интернет

Вопросы для самоподготовки:
1. SMM продвижение.

2. Реклама услуг гостиниц и ресторанов у блогеров.
3. Продвижение услуг гостиниц и ресторанов в поисковых сервисах.
4. Контекстная реклама.

Тема 5.2. Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях
Вопросы для самоподготовки:

1. Реклама на радио услуг гостиниц и ресторанов
2. Реклама услуг гостиниц и ресторанов на ТВ
3. Реклама услуг гостиниц и ресторанов в печатных изданиях

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Основные понятия торговли услугами гостиничного предприятия

Тема 1.1. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг гостиницы

Тема 1.2. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг ресторана

Раздел 2. Факторы, воздействующие на формирование и ценообразование гостиничных и ресторанных услуг

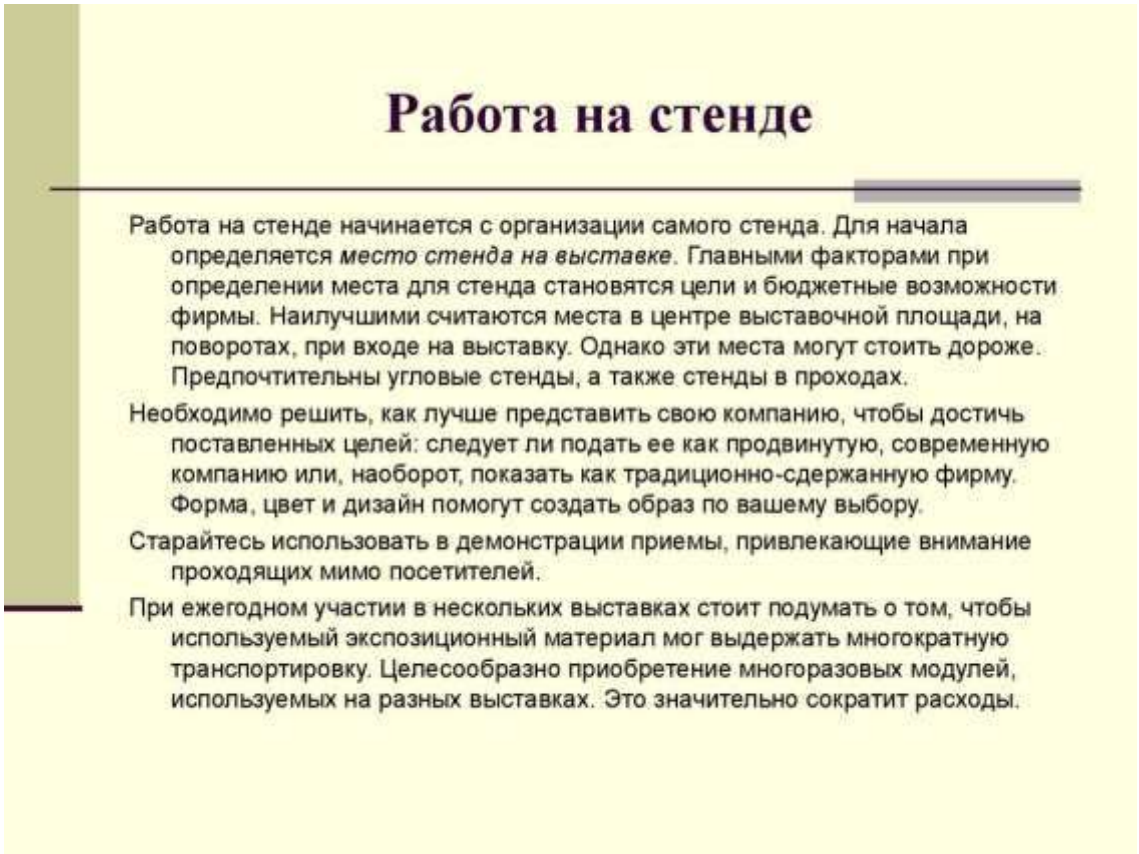
Тема 2.1. Формирование и ценообразование гостиничной услуги, цены и ценовая политика

Тема 2.2. Формирование и ценообразование ресторанных услуг, цены и ценовая политика

Раздел 3. Технологии продаж в индустрии гостеприимства

Тема 3.1. Маркетинговые технологии в деятельности гостиниц

Тема 3.2. Выставочная деятельность гостиничного предприятия



Раздел 4. Рекламная деятельность в продвижении гостиничных и ресторанных услуг

Тема 4.1. Выставки-ярмарки как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

Тема 4.2. Конкурсные торги как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

Раздел 5. Методы продвижения гостиничных и ресторанных услуг
Тема 5.1. Реклама гостиничного продукта через Интернет

Тема 5.2. Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях

51

Реклама на радио

Особенности:

- создание настроения, мысленных образов с помощью голоса, музыки, шумов
- относительная дешевизна
- специфичность распределения во времени целевых аудиторий
  - 6:00 - 9:00 – завтракающие семьи и люди, едущие на работу на автомобилях
  - 9:00 - 16:00 – домохозяйки, занятые своими делами и одновременно слушающие радио
  - с 16:00 – люди, возвращающиеся с работы, автолюбители и молодежь

Рекомендации

- Текст не должен делаться и озвучиваться профессионалами радио, иначе он будет «как все»
- Из голосов предпочтителен баритон, бархатный или хрипловатый
- Эффективны 6-8 трансляций в день в течение 4-5 дней на 3-4 каналах

А.П. Панкрухин

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно

разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается

пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 1. Основные понятия торговли услугами гостиничного предприятия

Тема 1.1. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг гостиницы

Изучить особенности и значение гостиничной анимации

- Изучить услуги гостиницы

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Услуги средств размещения – деятельность исполнителя по размещению туристов и оказанию гостиничных, специализированных (лечебно-оздоровительных, санаторных, спортивных, туристских и других услуг).

Услуги, предоставляемые в гостиницах, подразделяются на **основные, дополнительные и сопутствующие**.

1. Основные услуги отеля

К основным услугам относятся **услуги проживания (размещения) и услуги питания**.

Загрузка гостиничного предприятия

Предоставление услуги размещения неразрывно связано с таким показателем как уровень загрузки гостиничного предприятия.

Уровень загрузки – это показатель реализации гостиничных номеров.

З=Нф/Нп*100, где

З – уровень загрузки (%);

Нф – число фактически проданных номеров

Нп – число номеров, предложенных для продажи.

Именно из этого показателя, в сочетании со средней ценой на номер формируется основной доход гостиничного предприятия. Также загрузка гостиничного предприятия косвенно влияет на объем реализации дополнительных услуг.

Сущность предоставления услуги размещения состоит в том, что, с одной стороны, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), с другой стороны, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: услуги портье по приему и оформлению гостей, услуги горничных по уборке гостиничных номеров и т.д.

Услуга размещения, и услуга питания имеют комплексный характер. Например, услуга размещения включает в себя предоставление в пользование специального помещения — номера и обслуживание персоналом гостиницы (портье, администраторами, горничными, консьержем). Услуга питания включает в себя производственную деятельность приготовления блюд, продажу готовой продукции, а также обслуживание гостей.

2. Дополнительные услуги отеля

Согласно Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ «Исполнитель по просьбе потребителя обязан без дополнительной оплаты обеспечить следующие виды услуг:

а) вызов скорой помощи, других специальных служб;

б) пользование медицинской аптечкой;

в) доставка в номер корреспонденции, адресованной потребителю, по ее получении; г) побудка к определенному времени;

д) предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов;

е) иные услуги по усмотрению исполнителя.

В отелях одной из международных сетей в РФ без дополнительной оплаты гостям предоставляются следующие виды услуг:

1) Службой приема и размещения гостей: услуги швейцара, поднос багажа (из машины в номер и из номера в машину), утренняя побудка (по просьбе);

2) Хозяйственной службой: ежедневная уборка номера с контролем за его состоянием (в течении дня), уборка кроватей горничной, вечерняя подготовка номера, ежедневная смена постельного белья, ежедневная смена полотенец, чистка обуви;

3) Почтовые и телеграфные услуги: отправление и доставка заказной корреспонденции, телефаксов, вручение корреспонденции гостям, хранение ценностей в сейфе администрации, хранение багажа, вызов скорой помощи, пользование медицинской аптечкой, доставка в номер корреспонденции по её получении, побудка к определенному времени, предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов;

4) Услуги питания: возможность выбора любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухразовое, трехразовое питание), работа хотя бы одного кафе или бара в любое время суток, бронирование мест в ресторане (при наличии ресторана), обслуживание в номере с 7.00 до 24.00, меню завтрака в номере.

Дополнительные услуги могут рассматриваться как «продукт с подкреплением» исходя из трехуровневой модели представления товара Ф. Котлера. Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должны соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории.

Перечислим эти услуги, применительно к категории гостиницы 4*:

- стирка в течение суток и в течение 12 часов;
- глажение в течение часа;
- химчистка в течение суток и в течение 12 часов;
- мелкий ремонт одежды;
- машинопись, копирование документов, услуги секретаря, стенографиста, переводчика (в том числе синхрониста), посыльного ,других услуг бизнес-центра;
- предоставление в пользование (самостоятельное или с участием обслуживающего персонала) компьютеров, электронных средств связи ,видео-, аудио- оборудования;
- организация встреч и проводов (в аэропорту, на вокзале и т.д.);
- вызов такси;

– парковка (персоналом гостинцы);
– бронирование билетов на различные виды транспорта;
– бронирование и /или продажа билетов в театры, на спортивные, зрелищные мероприятия;
– туристская информация.

3. Сопутствуюие услуги

К сопутствующим услугам отеля относят услуги предоставляемые в отеле, но не отелем. Услуги, которые предоставляются компаниями, арендующими помещения в отеле (услуги питания, услуги салона красоты, экскурсионные услуги, транспортные услуги, продажа сувенирной продукции и прочие) или услуги, которые гостиница не может оказывать в силу невозможности получения на это лицензии или разрешения (обмен валюты, банкомат и прочие).

Вопросы к обсуждению:

1. Основные и дополнительные услуги
2. Сопутствующие услуги отеля

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. РАЗДЕЛ 1. Основные понятия торговли услугами гостиничного предприятия
Тема 1.2. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг ресторана
3. Цели занятия.
-изучить особенности реализации услуг гостиницы
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности реализации услуг отеля	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Услуга вообще и гостиничная услуга в частности принципиально отличаются от товара. Специфика гостиничной услуги определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей. Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя:

– встречу гостя при входе в гостиницу;
– регистрацию, оформление документов и размещение гостя;
– обслуживание в номере;
– обслуживание при предоставлении услуг питания;
– удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес-обслуживание;
– оформление выезда, проводы при отъезде.

Процессы производства и потребления гостиничной услуги протекают одновременно с момента въезда в гостиницу и до момента выезда, в течение всего гостиничного цикла гость воспринимает услугу как результат деятельности персонала гостиницы.

Характеристики гостиничных услуг

1. Невозможность хранения и накопления

Важной особенностью гостиничной услуги является невозможность её хранения и накопления. Также невозможно превышать естественную вместимость номерного фонда при приеме заявок и заселении, в то время как незаселённые номера и места объективно приводят к потере койкомест. Таким образом, гостиничная услуга – это организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, непрерывно воздействующее на гостя в течение всей своей деятельности. Этот продукт существует только в течение пребывания гостя, и в это время постоянно идёт диалог между гостем и гостиницей.

2. Неосязаемость услуги

Неосязаемость гостиничной услуги характеризуется тем, что ее практически невозможно изучить и оценить до получения. В ряде случаев это вызывает большие сложности в продвижении гостиничной услуги, в частности средств размещения, однако, используя современные компьютерные технологии, потребитель может «посетить» виртуальный отель и выбрать необходимый ему номер, вид из окна, необходимую обстановку.

3. Неразрывность производства и потребления услуги

Неразрывная взаимосвязь производства и потребления определяет, что многие виды гостиничных услуг неотделимы от тех, кто их предоставляет. Так, услуги по личному обслуживанию в гостинице неотделимы от квалифицированной работы службы портье, а обслуживание в ресторане зависит от мастерства поваров и качества работы официантов. Гостиница может быть наполнена самыми современными техническими средствами, иметь престижную обстановку и располагать самой современной материальной базой, но этого все равно будет недостаточно, так как основным мыслящим и чувствующим «элементом» обслуживания являются люди.

Неизбежным следствием неразрывности производства и потребления является изменчивость исполнения услуги. На изменчивость гостиничных услуг влияют группы факторов:

– организация работы с кадровым составом гостиницы;

– индивидуальные особенности потребителей услуг, требующих персонального подхода и систематического изучения клиента.

4. Несохранямость услуги.

Несохраняемость гостиничной услуги означает, что необходимо предпринимать меры по выравниванию спроса и предложения. Среди этих мер:

– установления дифференцированных цен;

– применение скидок;

– увеличение скорости обслуживания;

– совмещение функций персонала.

Вопросы к обсуждению:

1. Характеристики услуг
2. Технология процесса оказания услуг

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 2. Факторы, воздействующие на формирование и ценообразование гостиничных и ресторанных услуг

Тема 2.1. Формирование и ценообразование гостиничной услуги, цены и ценовая политика

3. Цели занятия.

- изучить ценообразование в гостинице

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Ценовая политика гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

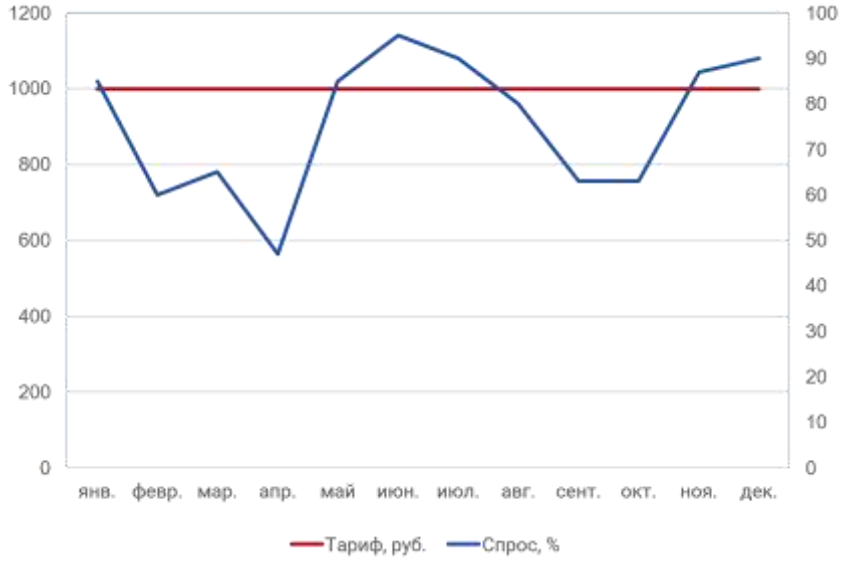
Цена — это первое, на что смотрят гости при выборе места проживания. Поэтому отелю важно эффективно работать с ценой. В статье расскажу о популярных способах ценообразования, какой из них эффективнее, и почему.

С какими ценами работают отели

1. Единая цена

Самый простой способ ценообразования, когда отель круглый год продает номера по одной цене, независимо от сезона и ситуации на рынке. Эта стратегия самая неэффективная: она не учитывает колебания спроса, а значит, не позволит отелю заработать больше.

Пример. Отель выставляет фиксированные цены 1 раз в год. В высокий сезон отель недозарабатывает, так как гости готовы платить за номер больше, а в низкий — простаивает и теряет гостей из-за высоких цен:

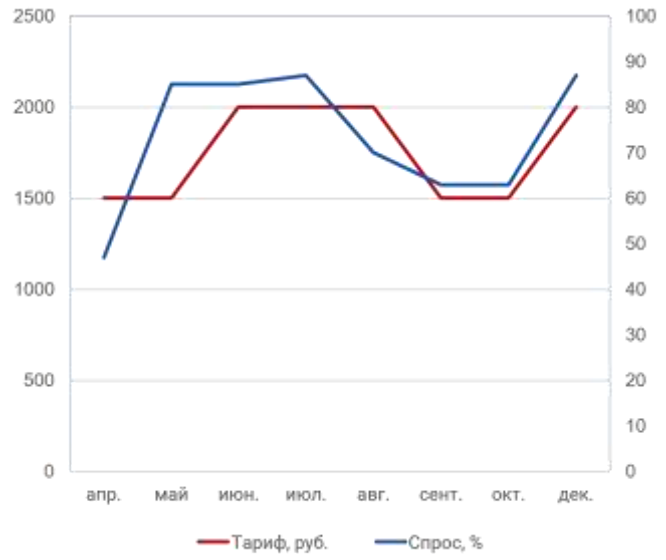


Единая цена не соответствует спросу, отель теряет доход.

2. Сезонные цены

Самая популярная стратегия ценообразования на гостиничном рынке. Она ориентируется на спрос и подстраивается под высокий и низкий сезоны. Изъян модели в том, что заранее спрогнозировать цену сложно — ситуация на рынке меняется каждый день, а не два раза в год.

Пример. Отель выставляет цены на сезоны с учетом прошлогодней загрузки. Но ситуация на рынке меняется, и фактический спрос расходится с предложением:

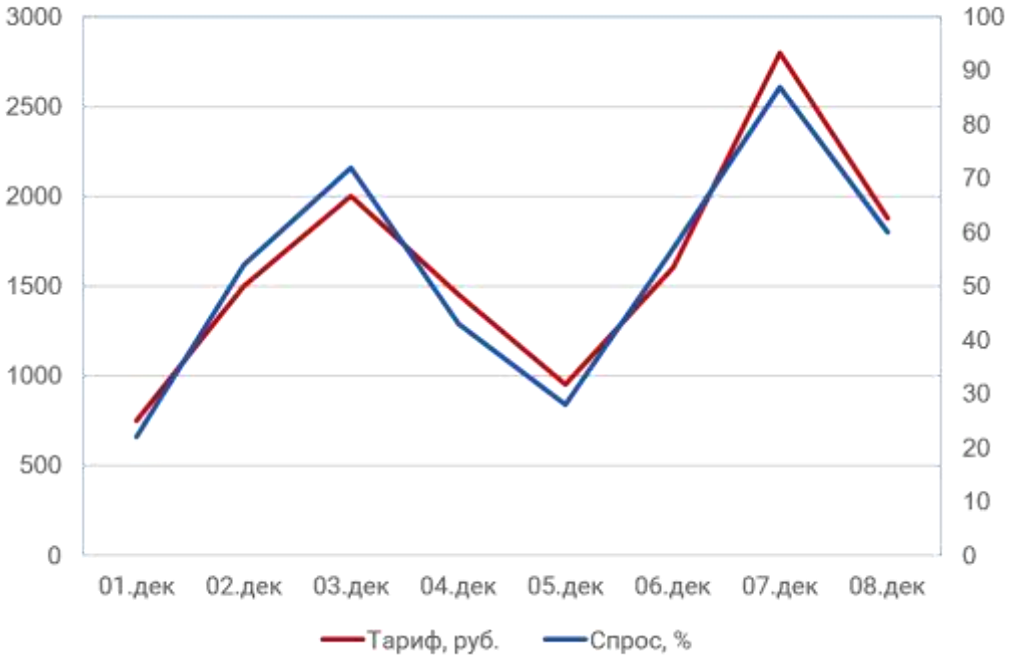


Сезонные цены работают лучше единой цены, но зависят от точности прогноза и не позволяют реагировать на изменения на рынке.

3. Гибкие цены

Это динамическое ценообразование, когда отель меняет цены в зависимости от ситуации на рынке. Здесь учитывается множество факторов: цены конкурентов, сезонность, загрузка, календарь мероприятий города и даже прогноз погоды. Метод непростой, но самый эффективный.

Пример. Отель рассчитывает и настраивает в модуле бронирования несколько уровней цен. Если меняется спрос или цены конкурентов, отель меняет свой уровень цен и получает наибольший доход. Спрос и предложение максимально близки друг к другу:



Динамическое ценообразование помогает отелю зарабатывать больше, оперативно реагируя на изменения рынка.

Как отели управляют ценой

Одни стремятся к максимальной загрузке, вторые завышают цены, третьи стараются найти баланс между этими показателями. Какая стратегия эффективнее, разберем на примере.

Сегодня отелю, который хочет максимизировать свой доход, не обойтись без применения динамического ценообразования. Оптимальные цены на каждый день и гибкое

точное их регулирование дают возможность получить максимум прибыли в любой сезон. В периоды турбулентности преимущество динамического ценообразования трудно оспорить.

Естественно, что сегодня наблюдается появление в большом количестве PMS/АСУ модулей динамического ценообразования. Значит, что растет количество отелей, которые понимают важность этого инструмента.

Но, к сожалению, многие системы выдают за модуль динамического ценообразования функцию управления ценой от загрузки. Эта функция десятки лет доступна в таких системах PMS как Opera и Fidelio и не пользуется популярностью среди профессиональных Revenue Manager.

На основе опыта внедрения системы hotellab более чем в 150 отелях, ее команда определила потенциалы, которые дает каждый формат ценообразования. Ниже рассказываем вам об этом.

Статичное ценообразование

При работе со статикой, отель реализует только 60-65% своего финансового потенциала. Данный формат не учитывает возможности заработать, когда позволяет спрос. И не стимулирует спрос более низкой ценой, когда это необходимо. Самая важная проблема, которая проявляется сегодня — это невозможность заранее оценить правильную рыночную цену, из-за постоянных изменений как у конкурентов, так и на рынке в целом. Если вы решили, что сегодня условные 4 000 рублей за номер Стандарт это корректная цена, то завтра может быть уже не так.

Статичное ценообразование с выделением сезонов и типов дней как будни/выходные

В таком формате отель реализует порядка 65-70%. Несмотря на учет сезонности, данное ценообразование не помогает заметно увеличить доходы отеля, так как цены не меняются с учетом глубины бронирования, не реагируют на конкурентную среду и рыночный спрос. Ведь крайне важно, чтобы цена соответствовала ситуации в момент бронирования отеля гостем. И, аналогично предыдущему формату, утвержденные сегодня цены могут завтра полностью не соответствовать ситуации.

Автоматизированное динамическое ценообразование на основе загрузки или правил с базовой настройкой

Этот формат дает возможность отелю реализовать порядка 70%-75%. Данный формат ограничен, так как не учитывает глубину бронирования и ситуацию на рынке. И опять становится заложником ранее утвержденных уровней цен. Так условная цен 3 000 рублей при загрузке 30% по факту, в завтрашнем сценарии спроса может быть неактуальной.

Автоматизированное динамическое ценообразование на основе загрузки или правил с детальной настройкой (учет глубины бронирования и разных уровней на разные категории)

При работе в таком формате, отель реализует порядка 75%-80%. Но, несмотря на учет глубины бронирования, отель не может адаптировать цены в онлайн режиме под рыночный спрос и цены конкурентов. Также он остается заложником ситуации, когда выбранные условные 3 500 при загрузке 40% за 7 дней до заезда, в завтрашнем сценарии могут не соответствовать рыночной ситуации, и время на настройку будет потрачено зря.

Вопросы к обсуждению:

1. Виды ценообразования
2. Управление ценой в отеле

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 2. Факторы, воздействующие на формирование и ценообразование гостиничных и ресторанных услуг

Тема 2.2. Формирование и ценообразование ресторанных услуг, цены и ценовая политика

3. Цели занятия.

- изучить ценообразование ресторанных услуг

Руководство сотрудниками, работа в команде, мотивация, коммуникация.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Ценообразование в ресторане	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

На фоне ухода крупных международных систем бронирования и гостиничных операторов отели получили с одной стороны, больше свободы в плане ценообразования, с другой- потеряли доступ к автоматизированным системам управления доходом. Такие игроки, как Duetto, Infor, Ideas заявили о своем отказе работать с отечественными отелями и отключили их от своих систем управления ценой. В настоящее время для формирования ценовой стратегии отечественные средства размещения используют ограниченный функционал.

По данным опроса, проведенным автором статьи среди 75 российских независимых гостиничных предприятий, 44% отельеров только отслеживают тарифы конкурентов как с помощью доступных инструментов, так и вручную. 20% участников используют инструменты автоматического управления ценообразованием, такие как Price Optimizer от компании Travelline и Бизнес правила компании Bnovo. 13% опрошенных используют инструменты гостиничного бенчмаркинга, и только 8% средств размещения имеют полноценную автоматизированную систему управления доходом, представленную на российском рынке компанией hotellab.io. 17% респондентов не используют вообще ничего.

Это говорит о том, что российские средства размещения в современных реалиях при принятии ценовых решений опираются в основном на цены конкурентов и интуицию, нежели на серьезную аналитику, предоставляемую системами управления доходом.

Ценообразование — важная составляющая управления доходом, однако далеко не основная. Если ранее, работая с международными системами онлайн бронирования, такими как Booking.com, Expedia Group, отели фокусировались на цене, то с уходом этих игроков ситуация изменилась. В список требований указанных систем бронирования к отелям-партнерам входило обязательное соблюдение паритета цен. Это означало, что отели должны были предоставлять системе бронирования цены, не выше, чем на других источниках бронирования, включая собственный сайт. Соблюдение паритета отслеживалось системами бронирования автоматически, и по отношению к отелям, не соблюдающим условия конкурентных тарифов, применялись санкции в виде понижения позиции отеля в поисковой выдаче.

Вопросы к обсуждению:

1. Ценообразование в гостинице
2. Управление ценой в ресторане

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 3. Технологии продаж в индустрии гостеприимства
Тема 3.1. Маркетинговые технологии в деятельности гостиниц
3. Цели занятия.
-изучить маркетинговые технологии

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Маркетинговые технологии в гостинице.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Отели должны держать информацию о своем предприятии в центре внимания потенциальных гостей, побуждая их бронировать на сайте отеля. Технология, предлагающая персонализированные объявления, адаптированные к поведению посетителей или активности сайта, может помочь достичь примерно 10%-ной отдачи от посещений сайта, увеличивая возможности прямого бронирования.

Потенциальные гости часто посещают сайт отеля, чтобы получить дополнительную информацию о нем и оценить, отразит ли отель те впечатления, к которым они стремятся. Если сайт не ориентирован на потребности гостя, например, нет информации о местных достопримечательностях поблизости, нет большого количества фотографий, видео и обзоров, посетители сайта могут быстро перейти к другому объекту. Отели могут быть не в состоянии

конкурировать с ОТА по уровню посещаемости сайтов, которые они генерируют, но они должны превзойти их в демонстрации собственной уникальности.

Собственный сайт отеля - идеальный канал для демонстрации индивидуальности и уникальных преимуществ отеля. Веб-сайты отелей должны также включать пользовательский контент из социальных сетей, например рейтинги и обзоры пользователей, чтобы обеспечить гостям доверие и уровень обслуживания в отеле.

Поскольку более половины гостей, которые бронируют онлайн, ищут онлайн-обзоры перед бронированием, крайне важно предоставлять онлайн-обзоры как компонент контента сайта. Веб-сайт отеля также должен быть информативным, многоязычным и адаптированным к региону, чтобы клиенты могли быть уверены в надежности и стандартах обслуживания отеля. Оптимизация сайта для просмотра на ходу с помощью iPad, других устройств размером с планшет и совместимость со смартфонами является абсолютной необходимостью, чтобы оправдать ожидания технически подкованных путешественников, готовых приступить к своему следующему опыту.

SEO оптимизация предполагает определение ключевых слов, использование поисковых запросов. Важно, чтобы информация на сайте постоянно обновлялась (новости, обзоры по разным тематикам, статьи, лайфхаки для гостей). Необходимо регулярно упоминать название гостиницы в позитивном ключе (форумы, сравнительные сервисы). Как показывает практика, SEO-оптимизация является достаточно долгосрочным инструментом цифрового маркетинга.

По экспертным оценкам, 25% от общего числа бронирований приходится именно на сайт. Поэтому гостиницы должны создать не только привлекательный дизайн сайта и наполнить его полезным контентом, но и обеспечить удобство использования и адаптивность сайта. Поэтому необходимо настроить сайт под поисковые системы Яндекс.Директ и GoogleAdwards

Вопросы к обсуждению:

1. Маркетинговые технологии в отеле
2. Сайт отеля как элемент продвижения

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 3. Технологии продаж в индустрии гостеприимства
Тема 3.2. Выставочная деятельность гостиничного предприятия
3. Цели занятия.
- изучить технологии продаж в гостеприимстве
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Технологии продаж в гостинице.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Маркетологам доступны практически безграничные возможности: от прямых трансляций событий в отеле до рекламных видеороликов, освещающих особенности отеля, и интервью с гостями, делящимися своим опытом.

Ремаркетинг - этот маркетинговый инструмент предполагает нацеливание на потенциальных гостей, которые уже просматривали сайт отеля или проявляли интерес к услугам. Ремаркетинг - это способ повторно привлечь людей, которые просматривали страницы сайта, но не забронировали номер. Можно использовать этот инструмент, чтобы повторно связаться с теми, кто посетил сайт, и предложить им скидку, чтобы побудить их вернуться. Например, можно настроить эту стратегию с помощью аналитики Google по демографическим характеристикам или интересам пользователей. Также можно отфильтровать эти поисковые запросы, чтобы собрать необходимую информацию о людях, которые посещают сайт отеля.

Персонализация и сегментация гостей будут оставаться главным приоритетом для отрасли в 2022 году. Ожидается, что отельеры не только сосредоточатся на более прямом контакте с гостями, но и будут настраивать коммуникацию для определенных сегментов рынка, привлекая потенциальных клиентов и возвращающихся гостей.

Недавний отчет Google и Phocuswright показал, что 6 из 10 путешественников заявили, что бренды должны адаптировать информацию на основе их личных предпочтений или прошлого поведения. То же исследование показывает, что 76% путешественников с большей вероятностью подпишутся на программы лояльности, ориентированные на личные предпочтения или поведение в прошлом. Кроме того, 36% заплатили бы больше в обмен на получение более специализированной информации [19].

Новые каналы привлечения гостей – мессенджеры и чат-боты. Все больше отзывов указывает на то, что звонки уступают место переписке в мессенджерах. Мессенджеры в инструментах гостиничного менеджера – эффективный инструмент, выявляющий интересы потребностей потенциального гостя, организующий своевременную обратную связь запрашиваемой оперативной реакции со стороны гостиницы [2].

Чат-боты могут использоваться для улучшения качества обслуживания гостей по ряду ключевых направлений и составляют значительную часть многих современных маркетинговых стратегий в сфере гостеприимства. Эти боты позволяют быстро отвечать на вопросы гостей, независимо от наличия персонала, а также могут обеспечивать поддержку нескольких языков.

Эту технологию можно использовать на этапе бронирования, чтобы предложить поддержку и стимулировать завершение бронирования. Боты также могут предлагать дополнительные и перекрестные продажи, потенциально помогая бизнесу максимизировать доход.

Вопросы к обсуждению:

1. Технологии в отеле
2. Выставочная деятельность в отеле.

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 4. Рекламная деятельность в продвижении гостиничных и ресторанных услуг

Тема 4.1. Выставки-ярмарки как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

3. Цели занятия.

-изучить выставки-ярмарки как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Выставочная деятельность гостиницы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Выставочная деятельность неразрывно связана с индустрией гостеприимства, она занимает особое место в системе современного туристского и гостиничного маркетинга.

Выставки и ярмарки обычно проводятся для презентации продуктов и услуг приглашенным представителям и посетителям с целью широкого информирования потребителей и стимулирования продаж. Все выставочные мероприятии помимо информационных и коммерческих функций выполняют еще важную прогнозную функцию, так как они формируют основные направления развития индустрии туризма и гостеприимства, как на национальном, так и на мировом уровне.

Выставочные мероприятия являются своеобразным зеркалом развития отрасли, важным информационно-аналитическим центром, позволяющим прогнозировать конъюнктурные изменения. Участие в выставочной деятельности необходимо предприятиям туризма и гостеприимства для формирования успешных маркетинговых коммуникаций, которые в конечном итоге определяют эффективность всей коммуникационной политики предприятия.

В качестве основных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций выступают следующие:

реклама (печатные средства, живописно-графическая, демонстрационная деятельность и др.);

пропаганда (PR-технологии, работа с представителями прессы, специалистами, представителями деловых кругов, переговоры, конференции);

личная продажа (работа на выставочных стендах);

стимулирование сбыта (презентации, показы, розыгрыши, скидки, подарки и пр.).

Терминология выставочной деятельности еще окончательно не сложилась, однако наиболее распространенные выставочные мероприятия - ярмарки и выставки - уже достаточно четко позиционированы в системе выставочной деятельности.

Международное бюро выставок определяет выставку (exhibition, exposition) как «показ», основная цель которого состоит в просвещении публики путем демонстрации средств, имеющихся в распоряжении у общества, для удовлетворения потребностей в одной или нескольких областях деятельности.

Выставка - это регулярно организуемые оптовые рыночные мероприятия с ограниченным временем проведения, где экспоненты представляют услуги и товары одной или нескольких отраслей на основе демонстрации выставочных образцов; процесс показа производится в заранее определенном интервале времени. Исключением могут быть только международные выставки типа «Экспо», продолжительность которых достигает шести месяцев. В широком смысле выставка подразумевает процесс публичного показа экспонатов в виде товаров, вещей, работ, произведений искусства и т.д.

Вопросы к обсуждению:

1. Роль выставочных мероприятий в продвижении услуг

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 4. Рекламная деятельность в продвижении гостиничных и ресторанных услуг
Тема 4.2. Конкурсные торги как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг
3. Цели занятия.
-изучить способы продвижения услуг отеля
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Конкурсные торги и другие способы продвижения услуг отеля	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Продвижение гостиничных услуг в современных условиях имеет следующие основные особенности: индивидуальный подход к гостям; E-mail маркетинг (рассылка по базе гостей считается хорошим способом продвижения гостиничных услуг); SMM, SEO (разработка стратегии продвижения и выбор инструментов маркетинга).

Социальные медиа дают возможность гостиничному предприятию формировать группы лояльных потребителей целевой аудитории, усиливать известность бренда, увеличивать продажи и реализовывать таргетированную рекламу. В условиях пандемии при наличии различных ограничений, применение различных инструментов SMM позволяет гостиничным предприятиям повысить эффективность продвижения услуг.

При этом продвижение в социальных сетях позволяет целенаправленно воздействовать на различные группы потребителей и максимально удовлетворять их потребности за счет адресности и таргетирования при минимальных затратах. Однако социальные сети могут иметь как положительное, так и отрицательное влияние на продвижение услуг отеля.

Технологические платформы, такие как CRM и CEM, используют большие данные для создания индивидуального взаимодействия между гостем и предприятием в любом масштабе. Чат-боты на базе искусственного интеллекта зарекомендовали себя как инструмент обслуживания гостей как во время процесса бронирования, так и при ответе на повторяющиеся вопросы.

Рост популярности прямого бронирования через сайт отеля и повышение надежности (более низкие показатели отмены) в этих бронированиях подтвердили важность этого канала. Отели должны воспользоваться ситуацией на рынке, чтобы проверить свой сайт и убедиться, что он соответствует последним стандартам. Изменения в стандартах отслеживания в Интернете делают обновление своего сайта еще более важным. Полностью интегрированные сайты отелей становятся обязательными для правильного измерения эффективности маркетинга и повышения качества обслуживания гостей.

Озабоченность по поводу здоровья и безопасности является крайне серьезной проблемой для поведения гостей отеля. Важно обеспечить, чтобы планы профилактики были наглядными, легко усваиваемыми и могли быть связаны с электронными письмами с подтверждением бронирования, сообщениями перед прибытием и всеми важными точками контакта с гостями.

Кроме того, в нынешние нестабильные времена критически важно оставаться на связи с прошлыми и будущими гостями и строить прочные отношения с брендом. Скорее всего, в течение 2022 года отели продолжат продвигать эксклюзивные предложения и льготы для постоянных участников.

По возможности отели должны продолжать применять гибкую политику отмены бронирования, поскольку люди все еще беспокоятся о том, как будет развиваться пандемия. Это и дальше будет вселять в потенциальных путешественников уверенность в бронировании. Чтобы гарантировать бронирование, многие отели теперь предлагают возмещение за отмену бронирования в виде кредита на будущее проживание. Вероятно, это продолжится в 2022 году.

Таким образом, современный маркетинг имеет большое значение в продвижении гостиниц. Продвижение услуг в сфере гостеприимства должно осуществляться с помощью традиционных и цифровых инструментов продвижения Продвижение гостиничных услуг в условиях конкуренции на рынке будет эффективным, если гостиница будет использовать комплекс маркетинговых коммуникаций, сочетающий традиционные и инновационные инструменты продвижения с учётом особенностей и задач, стоящих перед гостиницей на данном этапе её развития.

Вопросы к обсуждению:

1. Технологии продвижения услуг отеля.
2. Конкурсные торги

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 5. Методы продвижения гостиничных и ресторанных услуг в гостиничных комплексах.

Тема 5.1. Реклама гостиничного продукта через Интернет

3. Цели занятия.

-изучить особенности рекламы в интернете

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности рекламы отеля в интернете	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Сайт гостиницы является её визитной карточкой и «лицом» одновременно. Сайт должен быть в фирменном стиле гостиницы, понятным и удобным для гостя (структура и навигация сайта, адаптация под мобильные устройства, лаконичная и ёмкая информация). Поэтому не рекомендуется перегружать сайт яркими картинками, так как они могут затруднять восприятие информации. Следует помнить, что главная задача сайта - дать гостю нужную информацию, упростить процедуру бронирования.

Если сайты отелей хотят стать настоящей альтернативой OTA, они должны предоставлять гостям дополнительную ценность за счет более разнообразного предложения. Такие компании, как Booking.com и Expedia, предоставляют стандартизированный опыт бронирования независимо от места назначения. Однако, поскольку эти платформы стали такими большими, им не хватает возможности быстро адаптироваться к пожеланиям гостей. Таким образом, одним из ключевых преимуществ гостиничных веб-сайтов перед OTA является их гибкость: они могут легко обновлять свое цифровое предложение в соответствии с текущими рыночными тенденциями.

Голосовой поиск - это текущая тенденция, которая затрагивает разные отрасли. Фактически, эта маркетинговая тенденция может вскоре избавить пользователей Интернета от необходимости нажимать кнопки или вводить свои поисковые запросы в Интернете. Гости отеля могут забронировать номер в отеле через свой смартфон, просто поговорив с ним. Они даже могут управлять функциями комнаты, такими как освещение, музыка или отопление, с помощью голосового поиска. Ожидается, что в ближайшем будущем все больше интернет-маркетологов начнут вкладывать деньги в эту новую тенденцию.

В индустрии гостеприимства голосовой поиск все больше меняет процесс бронирования. Теперь с помощью смартфонов и планшетов гости могут искать информацию и бронировать отпуск. Оснастив свой веб-сайт возможностями голосового поиска, отель может увеличить конверсию, поскольку это позволит предприятию найти новых потенциальных гостей.

Все чаще заказы на поездки совершаются при помощи смартфонов и планшетов, поэтому удобный для мобильных устройств веб-сайт отеля может расширить возможности для прямого ведения бизнеса. Помимо обеспечения быстрой загрузки и простоты использования гостиничного сайта, необходимо интегрировать оптимизированный для мобильных устройств механизм бронирования, чтобы обеспечить беспроблемный и безопасный процесс совершения бронирования.

Важность правильной настройки мобильной версии сайта гостиницы подтверждается статистикой, полученной ЮНВТО (Всемирная туристская организация) в рамках исследования World Travel Monitor.

Результаты исследования показывают распространение пользователей (туристов, гостей) со смартфонами:

– 40% международных туристов путешествуют со смартфонами, которые помимо прочих удобных функций имеют доступ к Интернет и e-mail;

– 40% пользователей смартфонов используют их для получения информации о туристских направлениях и гостиничных предприятиях;

– 26% туристов и 34% деловых путешественников считают, что смартфоны нужны для того, чтобы поменять бронирование отеля и других услуг во время путешествия [

В начале 2021 года на мобильные устройства приходилось более половины мирового онлайн-трафика, и эта тенденция постоянно усиливается. Некоторые регионы, которые традиционно отстают в развитии фиксированной связи в Интернете, считаются в первую очередь мобильными: в Африке более 65% веб-трафика поступает с мобильных телефонов, при этом многие пользователи Интернета вообще не имеют доступа к настольным устройствам

Еще один отличный способ для отелей дифференцировать свое предложение - это сделать бронирование более личным. В то время как OTA обрабатывают всех своих пользователей одинаково, относительно роботизированно, отели имеют право предоставлять своим гостям более индивидуализированный и уникальный опыт на своих веб-сайтах.

Наиболее экономичным каналом онлайн-бронирования отеля остается его собственный сайт. Рассмотрим методы увеличения количества прямых бронирований через сайт отеля.

Первый шаг - это увеличение посещаемости сайта потенциальными гостями и превращение «посетителей» в «заказчиков». Чтобы привлечь больше посетителей на сайт отеля и повысить коэффициент конверсии бронирования по этому каналу, отельерам необходимо понимать тех людей, которые попадают на их сайт. Какие даты они ищут номера? Какова цель их поездки? Где они ищут варианты размещения? Сбор этой информации предоставляет данные, которые можно использовать для разработки целевых маркетинговых кампаний, которые привлекают посетителей сайта нужного типа.

Отели должны держать информацию о своем предприятии в центре внимания потенциальных гостей, побуждая их бронировать на сайте отеля. Технология, предлагающая персонализированные объявления, адаптированные к поведению посетителей или активности сайта, может помочь достичь примерно 10%-ной отдачи от посещений сайта, увеличивая возможности прямого бронирования.

Потенциальные гости часто посещают сайт отеля, чтобы получить дополнительную информацию о нем и оценить, отразит ли отель те впечатления, к которым они стремятся. Если сайт не ориентирован на потребности гостя, например, нет информации о местных достопримечательностях поблизости, нет большого количества фотографий, видео и обзоров, посетители сайта могут быстро перейти к другому объекту. Отели могут быть не в состоянии конкурировать с OTA по уровню посещаемости сайтов, которые они генерируют, но они должны превзойти их в демонстрации собственной уникальности.

Собственный сайт отеля - идеальный канал для демонстрации индивидуальности и уникальных преимуществ отеля. Веб-сайты отелей должны также включать пользовательский контент из социальных сетей, например рейтинги и обзоры пользователей, чтобы обеспечить гостям доверие и уровень обслуживания в отеле.

Поскольку более половины гостей, которые бронируют онлайн, ищут онлайн-обзоры перед бронированием, крайне важно предоставлять онлайн-обзоры как компонент контента сайта. Веб-сайт отеля также должен быть информативным, многоязычным и адаптированным к региону, чтобы клиенты могли быть уверены в надежности и стандартах обслуживания отеля. Оптимизация сайта для просмотра на ходу с помощью iPad, других устройств размером с планшет и совместимость со смартфонами является абсолютной необходимостью, чтобы оправдать ожидания технически подкованных путешественников, готовых приступить к своему следующему опыту.

SEO оптимизация предполагает определение ключевых слов, использование поисковых запросов. Важно, чтобы информация на сайте постоянно обновлялась (новости, обзоры по разным тематикам, статьи, лайфхаки для гостей). Необходимо регулярно упоминать название гостиницы в позитивном ключе (форумы, сравнительные сервисы). Как показывает практика, SEO-оптимизация является достаточно долгосрочным инструментом цифрового маркетинга.

По экспертным оценкам, 25% от общего числа бронирований приходится именно на сайт. Поэтому гостиницы должны создать не только привлекательный дизайн сайта и наполнить его полезным контентом, но и обеспечить удобство использования и адаптивность сайта. Поэтому необходимо настроить сайт под поисковые системы Яндекс.Директ и GoogleAdwards.

Формирование дополнительного канала коммуникации возможно и за счёт использования грамотно выстроенного контент-маркетинга, что позволит привлечь целевую аудиторию путём публикации тематических обзоров, статей с полезной и интересной информацией о гостиничных услугах и об особенностях отдыха в целом. Следует заметить, что контент-маркетинг позволит вести активный диалог с гостями, что будет способствовать получению обратной связи, о которой шла речь выше.

Пользовательский контент создается и распространяется онлайн конечными пользователями. Он может быть в разных формах, таких как отзывы, комментарии, форумы, сообщения в блогах и публикации в социальных сетях, и т.п.

Вопросы к обсуждению:

1. продвижение услуг через сайт

2. каналы коммуникаций с гостем

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 5. Методы продвижения гостиничных и ресторанных услуг
Тема 5.2. Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях
3. Цели занятия.
-изучить методы продвижения услуг отеля
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Методы продвижения услуг отеля	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Новые каналы привлечения гостей – мессенджеры и чат-боты. Все больше отзывов указывает на то, что звонки уступают место переписке в мессенджерах. Мессенджеры в инструментах гостиничного менеджера – эффективный инструмент, выявляющий интересы потребностей потенциального гостя, организующий своевременную обратную связь запрашиваемой оперативной реакции со стороны гостиницы [2].

Чат-боты могут использоваться для улучшения качества обслуживания гостей по ряду ключевых направлений и составляют значительную часть многих современных маркетинговых стратегий в сфере гостеприимства. Эти боты позволяют быстро отвечать на вопросы гостей, независимо от наличия персонала, а также могут обеспечивать поддержку нескольких языков.

Эту технологию можно использовать на этапе бронирования, чтобы предложить поддержку и стимулировать завершение бронирования. Боты также могут предлагать дополнительные и перекрестные продажи, потенциально помогая бизнесу максимизировать доход.

Виртуальная реальность (VR) изменила и обогатила индустрию гостеприимства. VR в индустрии гостеприимства применяется в процессах путешествий, туров по отелю и бронирования. Таким образом, отели выигрывают от маркетинговой концепции «попробуй, прежде чем купить».

Таким образом, наряду с классическими популярными онлайн и оффлайн инструментами продвижения гостиничных услуг, все более активно начинают использовать [1]:

– использование ботов на официальных сайтах гостиницы для навигации потенциальных гостей и ответов на самые популярные вопросы;

– использование виджетов по бронированию и управлению поездкой на официальном сайте;

– использование чат-ботов в мессенджерах, например, телеграм, которых можно адаптировать под программу лояльности, храня там базу лояльных гостей, рекламируя напрямую акции и специальные предложения под сезон (особенно эффективно это будет

работать при настройке сегментации гостей: зная их популярные цели для визита, периоды проживания, можно таргетированно направлять предложения и специальные условия);

– использование систем 360, которые позволяют рекламировать объекты гостиницы удалённо;

– внедрение в социальные сети блогов, не выводя на отдельные платформы. Блоги в свою очередь станут не только источником получения информации о жизни гостиницы, но подчеркнут экспертность на рынке и подход к обслуживанию гостей, тем самым будут формировать лояльность и служить долгоиграющим средством продвижения гостиницы;

внедрение в событийный календарь гостиницы онлайн-мероприятий, которые могут быть направлены на партнёрский и клиентские сегменты.

Вопросы к обсуждению:

1. каналы привлечения гостей.
2. Различные виды рекламы отеля.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Задания к разделу 1

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. РАЗДЕЛ 1. Основные понятия торговли услугами гостиничного предприятия

Тема 1.1. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг гостиницы

Цели занятия:

1. Розничная продажа турпродукта и взаимодействие с гостиницами
2. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих продуктов (услуг) гостиницы

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Розничная продажа турпродукта и взаимодействие с гостиницами Реализация основных, дополнительных и сопутствующих продуктов (услуг) гостиницы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Основные и дополнительные услуги в гостиницах. Технология предоставления дополнительных услуг в гостинице.
2. Анализ организации дополнительных и сопутствующих услуг для привлечения клиентов в гостинице.
3. Организация предоставления услуг в гостиничном хозяйстве

4. Предоставление дополнительных и сопутствующих услуг в гостиницах и туристских комплексах

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1:

Форма рубежного контроля – контрольная работа
1. Дополнительные услуги современных гостиниц.
2. Организация дополнительных услуг в гостиничном бизнесе.
3. Маркетинг в индустрии гостеприимства.

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. РАЗДЕЛ 1. Основные понятия торговли услугами гостиничного предприятия
Тема 1.2. Реализация основных, дополнительных и сопутствующих услуг ресторана
3. Цели занятия.
-изучить основные дополнительные и сопутствующие услуги
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Услуги отеля	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5.Содержание практического (семинарского)и взаимодействие с аудиторией

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:
1. Основные и дополнительные услуги в ресторане. Технология предоставления дополнительных услуг в ресторане.
2. Анализ организации дополнительных услуг для привлечения клиентов в ресторан.
3. Организация предоставления услуг в ресторане
4. Дополнительные услуги современных ресторанов.
5. Организация дополнительных услуг в ресторанном бизнесе.
6. Маркетинг в ресторанном бизнесе.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – контрольная работа
1. Основные и дополнительные услуги в ресторане. Технология предоставления дополнительных услуг в ресторане.
2. Анализ организации дополнительных услуг для привлечения клиентов в ресторан.
3. Организация предоставления услуг в ресторане

Задания к разделу 2

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 2. Факторы, воздействующие на формирование и ценообразование гостиничных и ресторанных услуг

Тема 2.1. Формирование и ценообразование гостиничной услуги, цены и ценовая политика

3. Цели занятия.

- изучить ценообразование в отеле

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Ценообразование услуг в отеле	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Международные факторы (политические и экономические, состояние международного рынка капитала, ценных бумаг и труда, изменение курсов валюты, особенность международных законодательных актов, конкурентоспособность турпродукта).
2. Внутригосударственные факторы (экономическое состояние страны, законодательство в сфере туризма, налоговая система, национальные, конфессиональные и другие традиции, социальное благосостояние народа, уровень доходов, наличие свободного времени и материальных средств, менталитет населения к оздоровительному отдыху).
3. Местные факторы (расположение фирмы, профессионализм персонала и оплата его труда, особенности взаимодействия с местными органами власти, возможности создания оригинального турпродукта).
4. Понятие «ценовая политика» и ее цели.
5. Ценообразующие факторы
6. Выбор метода ценообразования.

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 2. Факторы, воздействующие на формирование и ценообразование гостиничных и ресторанных услуг

Тема 2.2. Формирование и ценообразование ресторанных услуг, цены и ценовая политика

3. Цели занятия.

-изучить ценообразование в ресторане

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Ценообразование в ресторане	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Международные факторы (политические и экономические, состояние международного рынка капитала, ценных бумаг и труда, изменение курсов валюты, особенность международных законодательных актов, конкурентоспособность гостиничной услуги).
2. Внутригосударственные факторы (экономическое состояние страны, законодательство в сфере туризма, налоговая система, национальные, конфессиональные и другие традиции, социальное благосостояние народа, уровень доходов, наличие свободного времени и материальных средств, менталитет населения к услугам ресторана).
3. Местные факторы (расположение, профессионализм персонала и оплата его труда, особенности взаимодействия с местными органами власти, возможности создания оригинального гостиничного продукта).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Понятие «ценовая политика» и ее цели.
2. Ценообразующие факторы
3. Выбор метода ценообразования.

Задания к разделу 3

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 3. Технологии продаж в индустрии гостеприимства

Тема 3.1. Маркетинговые технологии в деятельности гостиниц

3. Цели занятия.

- изучить технологии продаж

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Технологии продаж в маркетинге.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 3:

1. Методика построения маркетингового плана.
2. Роль маркетинга в гостиничном бизнесе Москвы и России.
3. Характеристика и особенности выставочной деятельности в индустрии гостеприимства.
4. Выставки представителей индустрии MICE.

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. РАЗДЕЛ 3. Технологии продаж в индустрии гостеприимства

Тема 3.2. Выставочная деятельность гостиничного предприятия

Цель занятия

- изучить выставочную деятельность

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Выставки как элемент продвижения гостиничных услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 3:

1. Выставки и классификация выставочных мероприятий.
2. Особенности и назначение рекламы.
3. Рациональная и эмоциональная реклама.
4. Особенности и назначение PR акций и компаний.
5. Особенности и назначение пропаганды.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Сущность и особенности маркетинга гостиничных продуктов и услуг.

2. Подходы гостиничных предприятий Москвы к маркетинговой политике.

3. 4 Р, 7 Р и 9 Р в гостиничном маркетинге.

Задания к разделу 4

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 4. Рекламная деятельность в продвижении гостиничных и ресторанных услуг

Тема 4.1. Выставки-ярмарки как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

3. Цели занятия.
- Раскрыть продвижение на выставках

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 4:

1. Представление гостиницы и ресторана в проспектах и каталогах, буклетах и постерах, плакатах и листовках, открытках и визитках, календарях, в журналах, бюллетенях, справочниках, издаваемых фирмами.
2. Реклама на билдбордах с крупноформатными плакатами на высотных носителях, на плакатах синхронного вращения.
3. Реклама о гостеприимстве на внешних поверхностях транспортных средств, внутри салонов, на остановках, в аэропортах и вокзалах, в метро и общественных местах.
4. Реклама гостиничных и ресторанных услуг в специализированных магазинах: витрины, вывески и планшеты, установки и конструкции, видеомониторы, знаки, розыгрыш призов.
5. Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях.
6. Рекламные туры для специалистов турпредприятий.

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 4. Рекламная деятельность в продвижении гостиничных и ресторанных услуг
Тема 4.2. Конкурсные торги как способы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

3. цели занятия.
-изучить продвижение услуг гостиниц и ресторанов

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Конкурсные торги в продвижении услуг отеля	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 4:

1. Участие в отечественных, международных и региональных выставках-ярмарках индустрии гостеприимства.
2. Сотрудничество, взаимодействие, партнерство и поддержка банков, кредитных организаций, инвесторов, спонсоров, правоохранительных органов, средств массовой информации в организации и проведении выставок и конкурсных торгов в реализации турпродукта.
3. Управление процессом выставок-ярмарок и конкурсных торгов на основе нормативно-правовой базы.
4. Затраты, связанные со сбытом (реализацией) продукции (работ, услуг).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Выставки и классификация выставочных мероприятий.

2. Особенности и назначение рекламы.

3. Рациональная и эмоциональная реклама.

4. Особенности и назначение PR акций и компаний.

5. Особенности и назначение пропаганды.

Задания к разделу 5

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 5. Методы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

Тема 5.1. Реклама гостиничного продукта через Интернет

3. Цели занятия.
- изучить рекламу через Интернет

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Реклама турпродукта и гостиничного продукта через Интернет Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 5:

1. Представление турпродукта в проспектах и каталогах, буклетах и постерах, плакатах и листовках, открытках и визитках, календарях, в журналах, бюллетенях, справочниках, издаваемых фирмами.
2. Реклама на билдбордах с крупноформатными плакатами на высотных носителях, на плакатах синхронного вращения.
3. Реклама о туризме и гостеприимстве на внешних поверхностях транспортных средств, внутри салонов, на остановках, в аэропортах и вокзалах, в метро и общественных местах.

1. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

2. Раздел 5. Методы продвижения гостиничных и ресторанных услуг

Тема 5.2. Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях

3. цели занятия.
-изучить рекламу на радио и в печатных изданиях

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к разделу 5:

1. Реклама турпродукта и гостиничных услуг в специализированных магазинах: витрины, вывески и планшеты, установки и конструкции, видеомониторы, знаки, розыгрыш призов.
2. Реклама на радио и телевидении в печатных изданиях.
3. Рекламные туры для специалистов турпредприятий.
4. Реклама турпродукта через Интернет.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

Форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Функционирование российской поисковой системы по туризму «ТурПоиск – Новости».
2. Функционирование системы TripAdvisor
3. Участие в отечественных, международных и региональных выставках-ярмарках индустрии гостеприимства.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗРЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМНЫХ СИТУАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ПАРТНЕРОВ И ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН

43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Про-

блемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Технологии обслуживания потребителей, партнеров и заинтересованных сторон	
Тема 1. Состав гостиничного фонда, технологии обслуживания	Типология гостиничных помещений. Технология уборочных работ. Подготовка номеров для заселения. Деятельность горничных. Нормативный подход к мероприятиям по уборке гостиничного фонда. Оборот постельного белья
Тема 1.2. Технологии взаимодействия персонала с потребителями	Модели поведения персонала гостиниц. Стили обслуживания гостей. Правила проведения телефонных коммуникаций. Внешний вид и личная гигиена персонала.
Раздел 2. Профессиональная этика работников гостиничных предприятий	
Тема 2.1. Типология клиентов гостиничных предприятий	Клиенты гостиничных предприятий и их типы. Характеристика клиентов гостиничных предприятий. Особенности обслуживания клиентов предприятий туризма. Особенности управления гостиничным предприятием.
Тема 2.2. Проблемные ситуации в гостиничном сервисе	Психологическая культура сервиса. Категории жалоб. Особенности контакта персонала с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами. Правила разрешения проблемных ситуаций. Примеры жалоб клиентов, психологические роли проблемных клиентов

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие

предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни)

и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной

теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Технологии обслуживания потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

Тема 1. Состав гостиничного фонда, технологии обслуживания

Вопросы для самоподготовки:

1. Модели поведения персонала гостиниц.
2. Стили обслуживания гостей.
3. Правила проведения телефонных коммуникаций.
4. Внешний вид и личная гигиена персонала.

Тема 1.2. Технологии взаимодействия персонала с потребителями

Вопросы для самоподготовки:

1. Правила проведения телефонных коммуникаций.
2. Внешний вид и личная гигиена персонала.

Раздел 2. Профессиональная этика работников гостиничных предприятий

Тема 2.1. Типология клиентов гостиничных предприятий

Вопросы для самоподготовки:

1. Психологическая культура сервиса.
3. Категории жалоб.
2. Особенности контакта персонала с клиентами.

Тема 2.2. Проблемные ситуации в гостиничном сервисе

Вопросы для самоподготовки:

3. Правила разрешения конфликтных ситуаций.
1. Примеры жалоб клиентов, психологические роли конфликтных клиентов

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Технологии обслуживания потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

Тема 1. Состав гостиничного фонда, технологии обслуживания

Тема 1.2. Технологии взаимодействия персонала с потребителями

Раздел 2. Профессиональная этика работников гостиничных предприятий

Тема 2.1. Типология клиентов гостиничных предприятий

Тема 2.2. Проблемные ситуации в гостиничном сервисе

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием

по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

2. **Раздел 1. Технологии обслуживания потребителей, партнеров и заинтересованных сторон**

Тема 1. Состав гостиничного фонда, технологии обслуживания

3. Цели занятия.

Сформировать представление о составе номерного фонда

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Структура номерного фонда	Информационная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Номерной фонд отеля - Это совокупность номеров всех категорий в вашем отеле либо во всей гостиничной сети. По сути, его описание включает то, какие именно виды размещения вы предлагаете. Эта информация необходима как для систем бронирования, так и для службы приема и размещения.

В России действует «Положение о классификации гостиниц», утвержденное Постановлением Правительства РФ от 18.11.2020 № 1860 (в ред. от 07.04.2022). Оно дает следующее определение понятию «номерной фонд»: «это общее количество эксплуатируемых номеров в гостинице».

В зависимости от объема номерного фонда гостиницы делятся на категории:

· малые — до 150 номеров;

· средние — от 150 до 299 номеров;

· большие — от 300 до 600 номеров;

· мегаотели — с количеством номеров больше 600.

Распоряжается номерным фондом дирекция гостиницы либо менеджмент сети. Руководство отвечает за то, чтобы номера соответствовали принятым стандартам, а также за качество оказания услуг.

За управление номерным фондом отвечают:

· служба приема и размещения гостей;

· служба портье;

· служба бронирования;

· служба горничных;

· сервисные службы (швейцары, гардеробщики, коридорные);

· служба безопасности.

Одно из самых важных подразделений, которое координирует работу всех служб, — служба приема и размещения или front office, от чьей успешной работы может зависеть до 70 % дохода гостиницы.

Номер в гостинице — жилое помещение, которое соответствует определенным требованиям. В номере может быть одно или несколько койко-мест. Койко-место — площадь со спальным местом для одного человека.

В зависимости от количества спальных мест, площади и оснащения, гостиничные номера делятся на несколько видов: высшая категория, а также 1-я, 2-я, 3-я, 4-я и 5-я категории.

Положение о классификации гостиниц называет категорией номера «показатель, определяющий соответствие номера гостиницы уровню требований, предусмотренных настоящим Положением для номеров гостиниц определенной категории».

В Положении о классификации гостиниц также указаны требования к размеру койко-места для номерного фонда, а также к его минимальному оснащению.

Так, в одноместных номерах минимальная площадь должна составлять не менее 9 кв. метров. В двухместных — не менее 12 кв. метров. В многоместных она рассчитывается на одного гостя:

· не менее 6 кв. метров в гостиницах с круглогодичной работой;

· не менее 4 кв. метров — в гостиницах с сезонным форматом работы.

Что еще обязательно должно быть в каждом номере, независимо от его категории? Из мебели: кровать, стул, тумбочка, шкаф для одежды с вешалкой и плечиками, зеркало в номере. Из постельных принадлежностей: матрас с наматрасником, две подушки с наволочками (для каждого гостя), одеяло, дополнительное одеяло (по просьбе гостя), простыня, пододеяльник. Также в комнате должны быть: занавеска, свободная розетка, телефон и телефонный справочник.

Вопросы к обсуждению:

1. Положение о классификации гостиниц
2. Требования к номерному фонду

1. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

2. **Тема 1. Состав гостиничного фонда, технологии обслуживания**

Тема 1.2. Технологии взаимодействия персонала с потребителями

3. Цели занятия.

Сформировать представление о функционирования современных информационных технологий в сфере сферы гостеприимства и общественного питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Характеристики компьютерных систем бронирования и резервирования.	Информационная лекция

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Правила гостиничного этикета распространяются на стиль общения, внешний вид персонала, умение правильно реагировать в спорных ситуациях и распоряжаться ресурсами отеля. Всё это помогает гостям почувствовать, что к их ожиданиям и потребностям относятся с вниманием, а значит, работает на репутацию отеля.

Золотые стандарты этикета в гостинице

· Вежливость, внимательность, зрительный контакт. Приветствуйте прибывшего человека с улыбкой, чтобы он почувствовал, что его ждали.

· К моменту приезда гостя его номер должен быть полностью готов к заселению.

· Внятно и грамотно расскажите о порядке проживания в отеле и дополнительных услугах.

· Внешний вид имеет значение: одежда персонала должна быть деловой и опрятной. Униформа или отдельные элементы с брендом отеля (например, рубашки, нашивки, шейные платки, жакеты) положительно повлияют на мнение об отеле.

· Если гость задает вопросы — не перебивайте его, отвечайте тактично, без фамильярности. Постарайтесь решить возникшие проблемы оперативно. Помните, что гость — главный герой в отеле.

· Если не можете ответить на просьбу сразу — это нормально. Объясните, в какие сроки проблема будет решена или пообещайте передать просьбу специалисту (и передайте!).

· Контактируйте с гостями предложенным ими способом. Если при бронировании номера человек задает вопросы в мессенджере, не нужно навязывать ему звонок.

· Общайтесь без предрассудков. На доброжелательность должен рассчитывать каждый постоялец, независимо от пола, национальности или положения. Те же принципы относятся и к общению персонала между собой.

· Соблюдайте личные границы. Не обсуждайте личную жизнь постояльцев и не высказывайте мнение о других, не переходите на «ты».

Как организовать культуру обслуживания в отеле?

· Персонал должен обладать полной информацией о номерах и услугах. Изучите самые популярные вопросы гостей и проведите инструктаж, чтобы сотрудники могли в любой момент внятно и грамотно сформулировать ответы.

· Проработайте правила поведения персонала в случае конфликтных ситуаций. Определите набор инструментов, которыми сотрудники могут оперировать без согласования с руководством — например, предложить гостю бесплатный напиток, процедуру, скидку.

· Отвечайте на отзывы. Если отзыв положительный, поблагодарите и прокомментируйте моменты, которые отметил гость. Похвалил отличный вид на море? Да, вид на море один из лучших, приезжайте еще. Отметил вкусные завтраки? Скажите, что передадите повару комплимент.

· Будьте внимательны к отрицательным отзывам. Если критика конструктивна, выразите признательность за обратную связь и пообещайте изменить ситуацию. Если несправедлива — объясните это вежливо, без эмоций. Корректная реакция с вашей стороны положительно скажется на впечатлении об отеле.

· Дайте возможность пожаловаться на месте. Чем быстрее вы сможете отреагировать на недовольство, тем больше шансов, что гость не поделится негативным опытом. Кроме того, таким образом конфликтные ситуации не скажутся на комфорте других гостей.

· Сделайте так, чтобы гость понимал: ему будет легко оставить обратную связь, комментарий дойдет до адресата и он точно получит ответ.

· Отмечайте, приехал гость отдохнуть или по делам. Так вы сможете предложить дополнительные услуги более адресно: одним рассказать о spa-процедурах и доставке блюд из ресторана, другим — об удобных площадках для встреч и переговоров.

· Будьте готовы рассказать о достопримечательностях вашего города, на которые интересно взглянуть, и о знаковых мероприятиях, которые гости захотят посетить — ежегодный фестиваль воздушных шаров или красочная ярмарка с аттракционами.

· Если гость обращается с просьбой, отложите дела и уделите ему свое внимание. Этика персонала влияет на репутацию всего отеля

Вопросы к обсуждению:

1. Этика поведения персонала в отеле
2. Культура обслуживания в отеле

1. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

2. Раздел 2. Профессиональная этика работников гостиничных предприятий

Тема 2.1. Типология клиентов гостиничных предприятий

3. Цели занятия.

Сформировать представление о типах клиентов в отеле

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Типология клиентов гостиничных предприятий	Информационная лекция

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

VIP клиенты. В высококлассных отелях разработаны специальные инструкции для обслуживания VIP-клиентов (очень важные персоны). К этой категории относятся политические деятели, артисты и крупные бизнесмены.

Это категория клиентов требуют повышенного внимания персонала отеля. При заезде их встречает либо генеральный директор, либо специальный VIP-менеджер. Чертами таких клиентов являются их высокая платёжеспособность, потребность в дорогостоящих услугах и чрезвычайно щепетильное отношение к качеству обслуживания. Все ожидания гостя, сформированные пребыванием в лучших гостиницах города, должны быть реализованы. Любые мелочи, любые предметы обихода и даже документы, с которыми он сталкивается при оформлении, должны соответствовать высокому уровню европейского стандарта обслуживания. Администрация заранее готовится к их встрече, посылает в комнату шампанское, фрукты, цветы, организует дополнительную систему безопасности, предлагает дополнительные услуги, ориентировочный перечень которых зависит от фантазии руководства заведения и индивидуальных предпочтений клиента. VIP-клиенту могут готовить блюда в ресторане по индивидуальному заказу с подачей прямо в номер, предоставлять услуги Интернет, повышенный уровень комфорта номеров выражается в соответствующем оформлении номера, оснащенности его теле и видеоаппаратурой и другой техникой [1].

При этом гостиница не ограничивает себя в ценовом диапазоне при выборе оборудования и предметов интерьера: все расходы будут учтены при формировании стоимости гостиничной услуги. VIP-клиенты доставляют много дополнительных хлопот администрации, но они всегда платят более высокую цену за предоставляемые услуги, их периодическое проживание в отеле автоматически повышает его имидж, значительно увеличивает доход и влияет на темпы развития отеля. Чем больше VIP клиентов, тем лучше репутация отеля.

CIP клиенты . Это так же значимая категория. CIP клиент это - коммерчески важные клиенты. К этой категории относятся персоны, которые могут оказаться полезными для бизнеса отеля (член совета директоров, сотрудник центрального аппарата гостиничной цепи, к которой принадлежит отель, менеджер крупной фирмы, который может впоследствии направить в отель для временного проживания своих командировочных и т.д.). Это категория клиентов требуют повышенного внимания персонала отеля.

При заезде их встречает либо генеральный директор, либо специальный CIP-менеджер. Общими чертами подобных клиентов являются их высокая платёжеспособность, потребность в дорогостоящих услугах и чрезвычайно щепетильное отношение к качеству обслуживания. Любые мелочи, любые предметы обихода и даже документы, с которыми он сталкивается при оформлении, должны соответствовать высокому уровню европейского стандарта обслуживания. Администрация заранее готовится к их встрече.

Как и VIP-клиенты они доставляют много дополнительных хлопот администрации, но от них может зависеть судьбы и дальнейшее будущее отеля, их периодическое проживание в отеле значительно увеличивает доход и влияет на темпы развития отеля [3].

Клиент женщина. Так как женщины более склонны становится постоянными клиентами отелей существует специальная категория «клиент женщина» особенно важно обеспечить выполнение наиболее существенных для них требований. Они в основном используют те же критерии при выборе гостиницы (местоположение, цена и т.д), что и мужчины, но их система приоритетов отличается. Чистота и привлекательность отеля более важны для женщин, чем для мужчин. Женщин больше беспокоит безопасность. Они предпочитают останавливаться в отелях только с одним (главным) входом, расположенным недалеко от стойки портье, и с хорошо освещенным центральным коридором, в который входят двери всех номеров. Желательно наличие близкорасположенной парковочной площадки или хорошо освещенного гаража. Очень важно наличие в номере дверных цепочек, глазков, надежных замков. Перед тем, как предложить гостю войти в номер портье должен открыть дверь и проверить его. Большинство женщин предпочитает, чтобы в номере было достаточно места для работы и проведения встреч. В номере должно быть хорошее освещение и обязательно стол с телефоном. Обычно продолжительность проживания женщин в отеле больше, чем мужчин, поэтому среди женщин популярны

такие услуги, как бассейн и тренажеры. Женщины более чувствительны к качеству обслуживания, отрицательный опыт в этой сфере может существенно повлиять на желание еще раз остановиться в отеле. Персонал отеля должен быть соответствующим образом подготовлен для того, чтобы обслуживание было предоставлено в любезном и в то же время деловом тоне. Поскольку в среднем женщины чаще берут мини-отпуска и проводят в ресторанах на 25% больше времени, чем мужчины, следовательно, приносят значительные доходы гостиничному предприятию, поэтому очень важно обеспечить безопасность, комфорт и все необходимые услуги, которые требует этот сегмент рынка [6].

Типы клиентов. Для того чтобы добиться успеха в процессе реализации гостиничного продукта, важно четко представлять себе психологический тип клиента, с которым вы имеете дело. Это позволит не только значительно упростить процесс обслуживания клиента, сэкономив время, но и обеспечить максимальное удовлетворение его запросов и потребностей, а значит, и увеличить доход предприятия.

Типология, в основу которой положены два параметра поведения - активность и эмоциональная отзывчивость - выделяет следующие типы клиентов:

"аналитик" - пассивный и неотзывчивый;

"энтузиаст" - активный и отзывчивый;

"активист" - активный и неотзывчивый;

"добряк" - пассивный и отзывчивый.

Наиболее предпочтительным типом клиентов для гостиничного предприятия является клиент-"добряк". Его обслуживание не вызовет никаких трудностей у персонала отеля. Поэтому в рамках данного параграфа остановимся на рассмотрении особенностей работы с клиентами трех оставшихся типов.

"Аналитик" медлителен и нетороплив, говорит негромко, без интонаций, предпочитает общаться с менеджером через стол, при разговоре скорее отклоняется назад, чем двигается навстречу, старается не смотреть собеседнику в глаза, одет посредственно. Характерная особенность "аналитика": обожание деталей. "Аналитик" может быть: многословным, осторожным и нерешительным, серьезным, с "недоразвитым" или отсутствующим чувством юмора.

"Энтузиаста" отличают энергичность, живость, выразительность, экстравагантность. Мужчина-"энтузиаст" первым вступит в контакт с персоналом службы приема и размещения. Женщина-"энтузиаст" при встрече мило улыбается, открыто смотрит на работников отеля. Общаясь с персоналом гостиницы, "энтузиаст" предпочитает короткую дистанцию. Разговорить его не представляет никакого труда. Красноречив и многословен, говорит быстро, громко и долго. Детали ему не очень важны.

Работать с "энтузиастом" удобно, так как он открыт для общения. "Энтузиаст" может быть: невнимательным к подробностям, склонным к преувеличениям и обобщениям, неорганизованным, поверхностным и непредсказуемым, импульсивным и нетерпеливым. Однако достаточно часто клиенты такого типа требуют выполнения нереальных требований (к примеру, предоставление услуг, которые отелем не организуются). В этих случаях не стоит спорить с таким клиентом, а стоит заинтересовать его - предложив ему альтернативные варианты обслуживания. Следует также сказать о том, что "энтузиаст" забывчив, непунктуален, не собран и часто пропускает ценную информацию мимо своих ушей. Клиенты такого типа могут длительно поддерживать общение и резко прервать его, вспомнив о невыполненных делах или важной встрече. Заканчивая общение, работнику отеля не помешает по пунктам повторить необходимую для клиента информацию и вручить ему соответствующие информационные материалы.

"Активиста" можно узнать по энергичности и решительности. Внешне он напоминает начальников или высокопоставленных персон и любит производить впечатление. Всегда занят и трепетно относится к своему времени. Несколько минут ожидания его "заводят" и раздражают. "Активист" любит контролировать как ситуацию в целом, так и людей вокруг себя. "Активист" говорит быстро и достаточно громко, пристально смотрит в глаза менеджеру. На стойке приема будет проявлять крайнее нетерпение и постоянно ворчать по поводу медленной работы службы приема и размещения отеля. "Активист" может быть: самоуверенным и независимым, упрямым, вспыльчивым и даже грубым, категоричным в словах и оценках. Если со стороны персонала службы приема и размещения возникли какие-то сбои в работе, то клиент-"активист" не упустит возможности сделать колкое замечание в адрес работников ресепшн, которое может перейти в грубость в случае существенных сбоев в работе службы. Тем не менее, "активиста" не стоит бояться. Работникам отеля с таким клиентом стоит быть энергичными, лаконичными, сдержанными и доброжелательными. Ни в коем случае не стоит возражать "активисту" и идти с ним на лобовое столкновение. Это может привести к конфликтной ситуации и потере клиента. В общении с активистом не стоит обращать внимание на детали. Следует делать акцент только на наиболее важных моментах и подчеркивать его важность как клиента отеля. Пара фраз о том, что отель рад видеть его в качестве клиентов и предлагает ему пакет ценных услуг, обезоружит "активиста" и даст ему выпустить пар .

Иную типологию клиентов предлагает классик туристики В. А. Квартальнов. Она сделана на основе анализа образа жизни клиентов. И поскольку образ жизни тесно связан с потребностями клиента и мотивацией к выбору обслуживания, данная типология также представляет интерес. Эта типология поможет специалисту-практику не столько в выборе тактик поведения, сколько в правильном выборе гостиничного продукта, интересующего клиента и отражающего его конкретные потребности и пожелания. Без правильного понимания ценностей клиента его

вряд ли можно чем-то заинтересовать. Клиент просто останется "глухим" по отношению к такому работнику гостиницы.

В. А. Квартальнов выделяет пять типов клиентов: погруженный в себя искатель наслаждений; активная и целеустремленная личность; представитель деловых кругов; так называемые "синие воротнички"; традиционный домосед. Погруженный в себя искатель наслаждений. Часто это молодой человек, занятый монотонной, неинтересной работой. Поэтому он ищет удовлетворения от реальных и воображаемых видов деятельности на свежем воздухе. Может любить рыбалку и охоту, играть в баскетбол, увлекаться дорогими спортивными автомобилями. У него приличный доход, но все решения о покупках принимаются им спонтанно. Этот человек не планирует жизнь на долгую перспективу. Он постоянный зритель спортивных, приключенческих и других активных программ по телевизору.

Вопросы к обсуждению:

1. Типы гостей в отеле
2. Типичные признаки видов гостей в отеле
3. Технологии работы с разными типами гостей

1. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

2. Раздел 2. Профессиональная этика работников гостиничных предприятий
Тема 2.2. Проблемные ситуации в гостиничном сервисе

3. Цели занятия.

Сформировать представление о урегулировании конфликтов между постояльцами

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проблемные ситуации в гостиничном сервисе.	Информационная лекция

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Для начала разберем частые жалобы, которые поступают от гостей и разделим их на 4 категории: некачественный сервис, невнимание персонала, трудности с проживанием и претензии к дополнительным услугам.

Некачественный сервис

Сюда входят проблемы, которые возникают во время бронирования, оплаты и заселения:

Овербукинг

Это ситуация, когда отель продает больше номеров, чем может предоставить в реальности. Причины мы подробно разобрали в другой нашей статье.

Если кратко, то овербукинг происходит из-за форс-мажоров и сознательных действий отеля — так он перестраховывается и минимизирует риск незаезда.

Когда гость не может заселиться из-за овербукинга, отель возвращает деньги, предлагает доплатить за свободный номер категорией выше или помогает разместиться в другой гостинице.

Чтобы избежать овербукинга в будущем, отелю лучше иметь единый канал бронирования, куда приходят данные со всех площадок. В шахматке Контур.Отеля как раз удобно отслеживать занятые номера — сервис исключит двойное бронирование на одну дату.

Технические ошибки при бронировании и оплате

Помимо своего сайта, у отеля есть странички на площадках бронирования, где гость может выбрать номер и сделать предоплату.

Бывает, что по техническим причинам информация не приходит в PMS-систему гостиницы. Проблема может возникнуть на стороне сайта или банка, у которого случился сбой при оплате.

Обычно это редкость: и клиент, и служба отеля знают об ошибке заранее. Но если получилось, что турист оказался нежданным гостем, лучшее, что может сделать персонал — заселить его как можно скорее. И только потом разбираться с банком и площадкой бронирования.

Сложности с заселением

Происходят по вине гостя или отеля. Если путешественник опаздывает на регистрацию и не предупреждает администратора, гостиница имеет право аннулировать бронирование. Гостю останется заселиться в свободный номер и, вероятно, доплатить за него разницу.

Если виноват отель, например, горничные не успели привести номер в порядок, можно предложить клиенту скидку на дополнительные услуги. Например, на процедуры в спа-центре.

Невнимание персонала

Плохой отель определяется не по уровню звездности и дорогому ремонту, а по культуре обслуживания. Если персонал не соблюдает элементарные правила этики, в перспективе это ударит по имиджу гостиницы.

На работников чаще всего жалуются по этим причинам:

· Равнодушное отношение и холодность. Сотрудники не улыбаются, не проявляют интерес к постояльцам.

· Хамство или излишнюю фамильярность. Работники грубо общаются с гостями или переходят личные границы.

· Медлительность и нерасторопность. Персонал не торопится помочь гостю или выполняет его просьбы кое-как.

· Неопрятная внешность. Работники одеты в грязную и мятую униформу и от них плохо пахнет.

· Отсутствие компетенции. Сотрудники недостаточно подкованы в правилах и распорядке отеля, не могут доступно отвечать на вопросы гостей.

Заселяясь в гостиницу, клиент ожидает как минимум вежливое обращение, а как максимум — повышенное внимание. Поэтому так важно, чтобы сотрудники были вовлечены в работу и могли предугадать желания постояльцев.

В большинстве случаев, чтобы насладиться отдыхом, путешественникам достаточно минимума: прибранного номера со свежим постельным бельем и работающим Wi-Fi. На практике, даже тут у отеля могут возникнуть проблемы.

Обсудим самые распространенные:

Проблемы с чистотой

Главная неприятность для гостя, уставшего после долгой дороги — застать в номере испачканные простыни, грязную ванную, заполненные мусорки и пыль на мебели. Отдых будет испорчен, а сайт-агрегатор пополнится негативным отзывом.

Обычно виноваты администратор, который перепутал время заселения или служба горничных, которая плохо убралась после предыдущих гостей. Супервайзер — ответственный за качество уборки — обязан вызвать клининг или переселить гостя в другой номер.

В работе супервайзера поможет Контур.Отель. Во вкладке «Задачи» можно проконтролировать службу горничных: увидеть, кто был на смене, какие номера убрали, а какие нет. Также сервис сформирует отчет, по которому легко проанализировать пробелы в работе сотрудников.

Проблемы с техникой и связью

Если гость не планирует цифровой детокс, ему важно, чтобы в номере стабильно работал интернет: кто-то захочет посмотреть любимый сериал на ноутбуке, а кого-то ждут на важном видеозвонке в Zoom. Неприятно, когда в самый ответственный момент устройство не подключается к Wi-Fi.

Еще хуже, когда в номере не работают розетки, перегорели лампочки, отключены батареи зимой или кондиционер летом, а в ванной нет горячей или холодной воды.

В отличие от уборки, на устранение технических неполадок может уйти не один час — все зависит от оперативности горничных и супервайзера. Но даже если гость не станет устраивать скандал, службе отеля лучше подготовить компенсацию за неудобства.

Проблемы с шумом и звукоизоляцией

Шумные соседи встречаются не только в многоквартирном доме. Некоторые постояльцы игнорируют внутренний распорядок отеля: громко слушают музыку или выясняют отношения на повышенных тонах.

Все, что может сделать отель, попытаться примирить гостей. Если же успокоить шумных постояльцев не получится, пострадавшую сторону можно переселить в другое крыло отеля.

Претензии к дополнительным услугам

Наконец, конфликты с гостями часто происходят из-за недопонимания по оплате и оформлению допуслуг.

Обычно в них входят:

· питание;

· доставка еды в номер;

· место на парковке;

· проживание с животными;

· минибар в номере;

· релакс-процедуры;

· трансфер до отеля;

· поздравление;

· детский досуг;

· услуги прачечной;

· спортзал.

Как правило, путешественники оформляют только базовые услуги вроде питания, детской кровати и трансфера. За дополнительные опции доплачивают в конце проживания. Есть и альтернативный вариант — внести депозит. Не нужно бегать к терминалу: отель сам снимет итоговую сумму за все, чем пользовался гость.

Проблемы из-за сервисов могут возникнуть в любом месте. Допустим, постоялец не смог попасть на массаж, потому что администратор не позвонил в спа-центр, а массажист уже занят. В итоге туристу выставят счет за услугу, которой он даже не воспользовался.

Контур.Отель исключает подобные ситуации за счет автоматизации. Не нужно звонить или писать кому-то — достаточно внести информацию в единую шахматку. Менеджер спа-центра обязательно увидит запись и гость не останется в затруднительном положении.

Как разрешить конфликт, который уже начался

Когда конфликт разгорелся, бессмысленно искать правых и виноватых. Первое, что должен сделать персонал – убедить гостя, что все под контролем и отель в курсе проблемы.

Какие техники можно использовать, чтобы успокоить клиента:

· Согласительная техника. Персонал внимательно выслушивает постояльца, дает ему выговориться и выплеснуть негативные эмоции. «Выпустив пар», человек лучше настроен к переговорам.

· Техника отсрочки. Можно предложить гостю взять паузу: выпить кофе или сходить на процедуры, пока персонал разбирается с проблемой.

· Техника анализа. Когда эмоции улеглись и гость готов к конструктивной беседе, можно «разложить по полочкам» негативные моменты.

· Техника активного соучастия. Некоторые клиенты успокаиваются, когда видят, что персонал пытается решить проблемы здесь и сейчас.

· Техника разубеждения. Подходит, когда гость явно переоценил возможности отеля. Например, был уверен, что каждому постояльцу положены услуги дворецкого. В этом случае персонал должен корректно разубедить его.

· Техника нападения. Используется только когда разгневанный гость переходит границы: открыто оскорбляет и унижает, кричит и использует нецензурную лексику. Персоналу важно не поддаваться на провокации и отвечать резко, но аргументированно.

В целом, общие рекомендации для сглаживания конфликта простые: поблагодарить гостя за жалобу и извиниться. Затем переадресовать претензию старшему менеджеру или другому компетентному сотруднику.

Главное, не отмахиваться от гостя, не обещать поскорее разобраться с ситуацией и забыть. Ответственный сотрудник должен озвучить клиенту в какие сроки решат его проблему.

Как предотвратить конфликт заранее

Большинство эпизодов, которые мы описали выше, часто происходят из-за несогласованности внутри команды. Менеджмент не следит за работой обслуживающего персонала, а тот не понимает, где заканчивается его зона ответственности. В итоге работники передают жалобы друг другу по цепочке, а решать их никто не хочет.

Если проблема на стороне персонала, руководителям нужно разработать:

Стандарты обслуживания гостей

Когда работники еще не слишком опытные, им пригодится методичка с прописанными сценариями и исходами конфликтов. Техники, которые мы описали выше — хороший пример того, что стоит включить в стандарты обслуживания. Также туда полезно включить шаблонные фразы, которые запрещено говорить постояльцам.

Должностные инструкции

Схема обслуживания гостя простая: бронирование и оплата, заселение и размещение, дополнительное обслуживание и выезд. Однако на практике не все работники четко знают, что

должны делать на том или ином этапе. Им поможет инструкция, в которой прописаны обязанности, компетенции и стандарты каждой должности.

Методики профилактики конфликтов

Работа в сфере обслуживания одна из самых тяжелых: сотрудники много нервничают и сильно устают. Бывает, что гость нетактично высказался, а уставший администратор не выдержал и нагрубил в ответ. Задача руководства — не допускать таких ситуаций и следить за эмоциональным состоянием персонала.

Для профилактики конфликтов можно организовать следующее:

· внедрить регулярное анкетирование среди персонала;

· устраивать тренинги по конфликтологии и иногда приглашать психолога;

· придумать мероприятия для тимбилдинга сотрудников: выездные корпоративы, флэшмобы, командные игры;

· создать комнату психологической разгрузки с расслабляющей атмосферой;

· разработать удобную форму отчетности по конфликтным ситуациям.

Это все, что касается предотвращения конфликтов на стороне команды.

Если 90% проблем отеля возникает из-за технических неполадок или человеческого фактора, стоит интегрировать автоматизированный сервис. В Контур.Отеле удобно контролировать бронирование, ставить задачи, отправлять сведения о гостях в МВД и следить за продажами допуслуг. Сотрудникам не придется звонить и писать друг другу, чтобы сообщать об изменениях — данные мгновенно подгружаются в единую шахматку.

Вопросы к обсуждению:

1. Структура жалоб на персонал отеля
2. Решение конфликтных ситуаций в отеле

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Задания к разделу 1

1. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

2. **Раздел 1. Технологии обслуживания потребителей, партнеров и заинтересованных сторон**

Тема 1. Состав гостиничного фонда, технологии обслуживания

3. Цели занятия.

Сформировать представление о составе гостиничного фонда

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Состав гостиничного фонда.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия: Технологии обслуживания потребителей, партнеров и заинтересованных сторон.

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Виды и технология уборки гостиничных помещений.
2. Санитарно-гигиенические принадлежности в гостиничном деле.
3. Технология обслуживания различных категорий номеров.
4. Особенности обслуживания номерного фонда различных типов гостиничных предприятий.
5. Технические средства проведения уборочных работ.
6. Критерии поведения гостиничного персонала с гостями.
7. Критерии поведения гостиничного персонала с коллегами.
8. Корпоративный стиль обслуживания.
9. Корпоративная культура.

10. Невербальные коммуникации в гостиничном деле.
11. Вербальные коммуникации в гостинице.
12. Коммуникативные барьеры и их преодоление.
13. Методы работы с проблемными клиентами.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Модели поведения персонала гостиниц.
2. Стили обслуживания гостей.
3. Правила проведения телефонных коммуникаций.
4. Внешний вид и личная гигиена персонала.

1. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

2. Раздел 1. Технологии обслуживания потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

Тема 1.2. Технологии взаимодействия персонала с потребителями

3. Цели занятия.

Сформировать представление о технологиях взаимодействия с потребителями

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технологии взаимодействия с потребителями	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Виды и технология уборки гостиничных помещений.
2. Санитарно-гигиенические принадлежности в гостиничном деле.
3. Технология обслуживания различных категорий номеров.
4. Особенности обслуживания номерного фонда различных типов гостиничных предприятий.
5. Технические средства проведения уборочных работ.
6. Критерии поведения гостиничного персонала с гостями.
7. Критерии поведения гостиничного персонала с коллегами.
8. Корпоративный стиль обслуживания.
9. Корпоративная культура.

10. Невербальные коммуникации в гостиничном деле.
11. Вербальные коммуникации в гостинице.
12. Коммуникативные барьеры и их преодоление.
13. Методы работы с проблемными клиентами.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Модели поведения персонала гостиниц.
2. Стили обслуживания гостей.
3. Правила проведения телефонных коммуникаций.
4. Внешний вид и личная гигиена персонала.

Задания к разделу 2

1. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

2 **Раздел 2. Профессиональная этика работников гостиничных предприятий**

Тема 2.1. Типология клиентов гостиничных предприятий

3. Цели занятия.

Сформировать представление о типологии гостей отеля

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Типология клиентов гостиничных предприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Форма практического задания: реферат
Темы рефератов:

1. Категория «Трудные гости» и принципы работы с ними.
2. Жалобы и претензии в гостиничной индустрии.
3. Порядок фиксирования и рассмотрения жалоб.
4. Жалобы и претензии, как механизм повышения качества оказываемых услуг.
5. Жалобы и претензии в гостиничном сервисе.
6. Категории жалоб и их рассмотрение.
7. Технологии работы с гостевыми жалобами.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Психологическая культура сервиса.
2. Категории жалоб.
3. Особенности контакта персонала с клиентами.
4. Правила разрешения конфликтных ситуаций.

Примеры жалоб клиентов, психологические роли конфликтных клиентов

1. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон

2. Раздел 2. Профессиональная этика работников гостиничных предприятий

Тема 2.2. Проблемные ситуации в гостиничном сервисе

3. Цели занятия.

Сформировать представление о проблемных ситуациях в отеле

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проблемные ситуации в гостиничном сервисе	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

иятий
Форма практического задания: реферат
Темы рефератов:

1. Категория «Трудные гости» и принципы работы с ними.
2. Жалобы и претензии в гостиничной индустрии.
3. Порядок фиксирования и рассмотрения жалоб.
4. Жалобы и претензии, как механизм повышения качества оказываемых услуг.
5. Жалобы и претензии в гостиничном сервисе.
6. Категории жалоб и их рассмотрение.
7. Технологии работы с гостевыми жалобами.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Психологическая культура сервиса.
2. Категории жалоб.
3. Особенности контакта персонала с клиентами.
4. Правила разрешения конфликтных ситуаций.
5. Примеры жалоб клиентов, психологические роли конфликтных клиентов.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей

программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ТРАДИЦИИ И КУЛЬТУРА ПИТАНИЯ НАРОДОВ МИРА

Направление подготовки
«43.03.03 Гостиничное дело»

Направленность
«*Гостинично-ресторанная деятельность*»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.
- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.
- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала

РАЗДЕЛ 1. ПИТАНИЕ КАК ЧАСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НАРОДОВ	
Тема 1.1. Формирование национальных традиций и культур питания	Место и роль питания среди других социальных явлений и процессов, его значение для человеческой цивилизации в прошлом и настоящем. Понятий аппарат материальной культуры. Основные компоненты материальной культуры: питание, пища, этикет, быт, обычаи, традиции, культура, застолье, церемонии, обряды, приемы, религия, здоровье, нация, народность, ритуалы, мифы и их взаимосвязь. Методические подходы к изучению мировых традиций культуры питания. Идеология традиций и культуры питания народов мира. Принципы формирования национальных традиций и культур питания. Системы и типы питания. Формирование гастрономических привычек, пристрастий и характерных особенностей национальной кухни народов. Культура застолья и национальные традиции. Туризм и национальные традиции питания. Влияние мировых религий на формирование и становление традиций и культур питания. Ассортимент продуктов и способы их кулинарной обработки в различных странах мира. Основные факторы, формирующие основу национальной кухни: экономические особенности страны; географическое расположение и климатические условия страны; исторические причины; религиозные и старинные обычаи; этногенез; набор исходных продуктов и их сочетание; характерные способы, приемы и сочетания кулинарной обработки продуктов; использование специй, приправ, соусов; режимы питания. Взаимовлияние и взаимопроникновение кулинарной культуры разных народов мира. Системы питания различных народов мира. Религия – основополагающий фактор формирования традиций и культур питания. Краткая характеристика мировых религий.
Тема 1.2. Особенности и традиции питания русской кухни и кухни народов России	Русская кухня. Татарская кухня. Кавказская кухня. Якутская кухня. Кухня северных народов России. Калмыкия и традиции питания. Бурятия и традиции питания. Кухня малых народов России. Кухня родного региона. Национальные праздники и традиционные праздничные блюда. Национальные алкогольные и безалкогольные напитки. Религиозные праздники и традиционные праздничные блюда. Кулинарные бренды народов и регионов Российской Федерации. Кулинарные праздники России. Стереотипы о русской кухне.
РАЗДЕЛ 2. КУХНИ И ТРАДИЦИИ ПИТАНИЯ НАРОДОВ МИРА	
Тема 2.1. Особенности питания народов мира на основе конфессии	Пища, традиции питания в христианстве. Православные традиции в питании. Особенности питания в католицизме и протестантизме. Пищевые обряды и традиции питания в иудаизме. Кошерные и трефные предписания на пищевые продукты. Пища и питание в праздники и посты. Характеристика пищевых обрядов и традиций питания в исламе. Влияние разнообразия мусульманского мира на традиции и культуру питания. Пища и трапеза исламистов в праздники и пост. Буддизм, синтоизм и питание.

Тема 2.2. Особенности питания народов мира на основе географии	Европейская (континентальная) кухня. Кухня и традиции питания стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Особенности питания в Австралии и Новой Зеландии. Африканская кухня и особенности питания. Северная и Южная Америка: особенности и культура питания народов. Ближний Восток: традиции питания. Кухни народов СНГ. Трудности приема гостей из Китайской Народной Республики (предпочтения и ограничения в питании). Трудности приема гостей из Индии (предпочтения и ограничения в питании). Стрит фуд в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Питание туристов на островах: особенности и ограничения.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических занятий:

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников – 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.
- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия – это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.
- Круглый стол – общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются

эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

– Коллоквиум – (лат. colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПИТАНИЕ КАК ЧАСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НАРОДОВ

Тема 1.1. Формирование национальных традиций и культур питания

1. Формирование гастрономических привычек, пристрастий и характерных особенностей национальной кухни народов.
2. Влияние мировых религий на формирование и становление традиций и культур питания.
3. Ассортимент продуктов и способы их кулинарной обработки в различных странах мира. Основные факторы, формирующие основу национальной кухни: экономические особенности страны; географическое расположение и климатические условия страны; исторические причины; религиозные и старинные обычаи; этногенез; набор исходных продуктов и их сочетание; характерные способы, приемы и сочетания кулинарной обработки продуктов; использование специй, приправ, соусов; режимы питания.
4. Взаимовлияние и взаимопроникновение кулинарной культуры разных народов мира.
5. Системы питания различных народов мира.

Тема 1.2. Особенности и традиции питания русской кухни и кухни народов России

1. Пища, традиции питания в христианстве: (православие – Пасха, Радуница, Рождество Христово, крещение Господне, Благовещение Пресвятой Богородицы, Масленица и т.д.).
2. Особенности питания в католицизме и протестантизме.
3. Пищевые обряды и традиции питания в иудаизме. Кошерные и трефные предписания на пищевые продукты. Пища и питание в праздники и посты (Шаббат, Рош-Гашан, Йом-кипур, Пурим, Песах, Шавоут).
4. Характеристика пищевых обрядов и традиций питания в исламе.
5. Влияние разнообразия мусульманского мира на традиции и культуру питания. Пища и трапеза исламистов в праздники (Джума, Ураза-байрам, Курбан-байрам, Ноуруз) и пост (рамадан).

РАЗДЕЛ 2. КУХНИ И ТРАДИЦИИ ПИТАНИЯ НАРОДОВ МИРА

Тема 2.1. Особенности питания народов мира на основе конфессии

1. Традиции и культура питания в Арабских странах.
2. Национальные черты характера и формирование культуры питания в Турции, Ираке, Иране, Ливане, Сирии, Израиле.
3. Традиции, режим питания, особенности кухни и кулинарные предпочтения в иудаизме.
4. Кошерное питание. Холодные блюда и закуски. Горячие закуски. Супы. Вторые блюда. Сладкие блюда (десерты). Кондитерские изделия. Напитки (безалкогольные и алкогольные).
5. Особенности оформления и подачи блюд и напитков в гостиницах.

Тема 2.2. Особенности питания народов мира на основе географии

1. Традиции и культура питания народов Европы
2. Приправы, пряности, соусы в питании народов Европы.
3. Влияние французской культуры питания на формирование потребления продуктов питания народов Европы.
4. Национальные кулинарные символы народов Европы.
5. Традиции и культура питания в Африканских странах.
6. Национальные черты характера и формирование культуры питания в Египте, Алжире, Тунисе, Марокко. Традиции, режим питания, особенности кухни и кулинарные предпочтения.
7. Традиции и культура питания народов Северной, Центральной и Южной Америки. Национальные черты характера и особенности формирования культуры питания в Канаде, США, Мексике, Перу, Бразилии, Боливии, Аргентине, Парагвае, Чили.
8. Традиции и культура питания народов Азии.
9. Национальные черты характера и формирование культуры питания в Китае, Корее, Японии, Индии, Таиланде, Вьетнаме, Малайзии.
10. Роль специй и приправ в азиатской кухне.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку

конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту

плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на

титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно

повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.
Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль) Традиции и культура питания народов мира

2. Раздел 1. ПИТАНИЕ КАК ЧАСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НАРОДОВ

3. Цели занятия – сформировать представление о традициях и обычаях питания народов, как части культуры

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Место и роль питания среди других социальных явлений и процессов, его значение для человеческой цивилизации в прошлом и настоящем. Понятий аппарат материальной культуры. Основные компоненты материальной культуры: питание, пища, этикет, быт, обычаи, традиции, культура, застолье, церемонии, обряды, приемы, религия, здоровье, нация, народность, ритуалы, мифы и их взаимосвязь. Методические подходы к изучению мировых традиций культуры питания. Идеология традиций и культуры питания народов мира. Принципы формирования национальных традиций и культур питания. Системы и типы питания. Формирование гастрономических привычек, пристрастий и характерных особенностей национальной кухни народов. Культура застолья и национальные традиции. Туризм и национальные традиции питания. Влияние мировых религий на формирование и становление традиций и культур питания. Ассортимент продуктов и способы их кулинарной обработки в различных странах мира. Основные факторы, формирующие основу национальной кухни: экономические особенности страны; географическое расположение и климатические условия страны; исторические причины; религиозные и старинные обычаи; этногенез; набор исходных продуктов и их сочетание; характерные способы, приемы и сочетания кулинарной обработки продуктов; использование специй, приправ, соусов; режимы питания. Взаимовлияние и взаимопроникновение кулинарной культуры разных народов мира. Системы питания различных народов мира. Религия – основополагающий фактор формирования традиций и культур питания. Краткая характеристика мировых религий.	Вводная лекция

2.	Русская кухня. Татарская кухня. Кавказская кухня. Якутская кухня. Кухня северных народов России. Калмыкия и традиции питания. Бурятия и традиции питания. Кухня малых народов России. Кухня родного региона. Национальные праздники и традиционные праздничные блюда. Национальные алкогольные и безалкогольные напитки. Религиозные праздники и традиционные праздничные блюда. Кулинарные бренды народов и регионов Российской Федерации. Кулинарные праздники России. Стереотипы о русской кухне.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия: сформировать представление о формировании национальных традиций и культур питания

Тема лекционного занятия. Формирование национальных традиций и культур питания

Место и роль питания среди других социальных явлений и процессов, его значение для человеческой цивилизации в прошлом и настоящем. Понятий аппарат материальной культуры. Основные компоненты материальной культуры: питание, пища, этикет, быт, обычаи, традиции, культура, застолье, церемонии, обряды, приемы, религия, здоровье, нация, народность, ритуалы, мифы и их взаимосвязь. Методические подходы к изучению мировых традиций культуры питания. Идеология традиций и культуры питания народов мира. Принципы формирования национальных традиций и культур питания. Системы и типы питания. Формирование гастрономических привычек, пристрастий и характерных особенностей национальной кухни народов. Культура застолья и национальные традиции. Туризм и национальные традиции питания. Влияние мировых религий на формирование и становление традиций и культур питания. Ассортимент продуктов и способы их кулинарной обработки в различных странах мира. Основные факторы, формирующие основу национальной кухни: экономические особенности страны; географическое расположение и климатические условия страны; исторические причины; религиозные и старинные обычаи; этногенез; набор исходных продуктов и их сочетание; характерные способы, приемы и сочетания кулинарной обработки продуктов; использование специй, приправ, соусов; режимы питания. Взаимовлияние и взаимопроникновение кулинарной культуры разных народов мира. Системы питания различных народов мира. Религия – основополагающий фактор формирования традиций и культур питания. Краткая характеристика мировых религий.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

2.Тема лекционного занятия. Особенности и традиции питания русской кухни и кухни народов России

Русская кухня. Татарская кухня. Кавказская кухня. Якутская кухня. Кухня северных народов России. Калмыкия и традиции питания. Бурятия и традиции питания. Кухня малых народов России. Кухня родного региона. Национальные праздники и традиционные праздничные блюда. Национальные алкогольные и безалкогольные напитки. Религиозные праздники и традиционные праздничные блюда. Кулинарные бренды народов и регионов Российской Федерации. Кулинарные праздники России. Стереотипы о русской кухне.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

1. Дисциплина (модуль) Традиции и культура питания народов мира

2. Раздел 2. КУХНИ И ТРАДИЦИИ ПИТАНИЯ НАРОДОВ МИРА

3. Цели занятия – сформировать представление об особенностях питания в мире по конфессиональному и географическому признакам

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Пища, традиции питания в христианстве. Православные традиции в питании. Особенности питания в католицизме и протестантизме. Пищевые обряды и традиции питания в иудаизме. Кошерные и трефные предписания на пищевые продукты. Пища и питание в праздники и посты. Характеристика пищевых обрядов и традиций питания в исламе. Влияние разнообразия мусульманского мира на традиции и культуру питания. Пища и трапеза исламистов в праздники и пост. Буддизм, синтоизм и питание.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме
2.	Европейская (континентальная) кухня. Кухня и традиции питания стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Особенности питания в Австралии и Новой Зеландии. Африканская кухня и особенности питания. Северная и Южная Америка: особенности и культура питания народов. Ближний Восток: традиции питания. Кухни народов СНГ. Трудности приема гостей из Китайской Народной Республики (предпочтения и ограничения в питании). Трудности приема гостей из Индии (предпочтения и ограничения в питании). Стрит фуд в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Питание туристов на островах: особенности и ограничения.	Информационная лекция с демонстрацией иллюстративного материала по теме Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия: сформировать представление об особенностях питания в мире по конфессиональному и географическому признакам

Тема лекционного занятия. Особенности питания народов мира на основе конфессии

Пища, традиции питания в христианстве. Православные традиции в питании. Особенности питания в католицизме и протестантизме. Пищевые обряды и традиции питания в иудаизме. Кошерные и трефные предписания на пищевые продукты. Пища и питание в праздники и посты. Характеристика пищевых обрядов и традиций питания в исламе. Влияние разнообразия мусульманского мира на традиции и культуру питания. Пища и трапеза исламистов в праздники и пост. Буддизм, синтоизм и питание.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

Тема лекционного занятия. Особенности питания народов мира на основе географии

Европейская (континентальная) кухня. Кухня и традиции питания стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Особенности питания в Австралии и Новой Зеландии. Африканская кухня и особенности питания. Северная и Южная Америка: особенности и культура питания народов. Ближний Восток: традиции питания. Кухни народов СНГ. Трудности приема гостей из Китайской Народной Республики (предпочтения и ограничения в питании). Трудности приема гостей из Индии (предпочтения и ограничения в питании). Стрит фуд в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Питание туристов на островах: особенности и ограничения.

Взаимодействие с аудиторией: ответы на вопросы по теме лекции

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль) Традиции и культура питания народов мира

2. Тема практического занятия.

3. Цели занятия. Сформировать компетенции в области планирования, организации и контроля общественного питания в сфере гостеприимства

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Место и роль питания среди других социальных явлений и процессов, его значение для человеческой цивилизации в прошлом и настоящем. Понятий аппарат материальной культуры. Основные компоненты материальной культуры: питание, пища, этикет, быт, обычаи, традиции, культура, застолье, церемонии, обряды, приемы, религия, здоровье, нация, народность, ритуалы, мифы и их взаимосвязь. Методические подходы к изучению мировых традиций культуры питания. Идеология традиций и культуры питания народов мира. Принципы формирования национальных традиций и культур питания. Системы и типы питания. Формирование гастрономических привычек, пристрастий и характерных особенностей национальной кухни народов. Культура застолья и национальные традиции. Туризм и национальные традиции питания. Влияние мировых религий на формирование и становление традиций и культур питания. Ассортимент продуктов и способы их кулинарной обработки в различных странах мира. Основные факторы, формирующие основу национальной кухни: экономические особенности страны; географическое расположение и климатические условия страны; исторические причины; религиозные и старинные обычаи; этногенез; набор исходных продуктов и их сочетание; характерные способы, приемы и сочетания кулинарной обработки продуктов; использование специй, приправ, соусов; режимы питания. Взаимовлияние и взаимопроникновение кулинарной культуры разных народов мира. Системы питания различных народов мира. Религия – основополагающий фактор формирования традиций и культур питания. Краткая характеристика мировых религий.	круглый стол
2.	Русская кухня. Татарская кухня. Кавказская кухня. Якутская кухня. Кухня северных народов России. Калмыкия и традиции питания. Бурятия и традиции питания. Кухня малых народов России. Кухня родного региона. Национальные праздники и традиционные праздничные блюда. Национальные алкогольные	дискуссия

	и безалкогольные напитки. Религиозные праздники и традиционные праздничные блюда. Кулинарные бренды народов и регионов Российской Федерации. Кулинарные праздники России. Стереотипы о русской кухне.	

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Сформировать компетенции в области планирования, организации и контроля общественного питания в сфере гостеприимства

1. Тема практического занятия. Формирование национальных традиций и культур питания

Вопросы к обсуждению:

Место и роль питания среди других социальных явлений и процессов, его значение для человеческой цивилизации в прошлом и настоящем. Понятий аппарат материальной культуры. Основные компоненты материальной культуры: питание, пища, этикет, быт, обычаи, традиции, культура, застолье, церемонии, обряды, приемы, религия, здоровье, нация, народность, ритуалы, мифы и их взаимосвязь. Методические подходы к изучению мировых традиций культуры питания. Идеология традиций и культуры питания народов мира. Принципы формирования национальных традиций и культур питания. Системы и типы питания. Формирование гастрономических привычек, пристрастий и характерных особенностей национальной кухни народов. Культура застолья и национальные традиции. Туризм и национальные традиции питания. Влияние мировых религий на формирование и становление традиций и культур питания. Ассортимент продуктов и способы их кулинарной обработки в различных странах мира. Основные факторы, формирующие основу национальной кухни: экономические особенности страны; географическое расположение и климатические условия страны; исторические причины; религиозные и старинные обычаи; этногенез; набор исходных продуктов и их сочетание; характерные способы, приемы и сочетания кулинарной обработки продуктов; использование специй, приправ, соусов; режимы питания. Взаимовлияние и взаимопроникновение кулинарной культуры разных народов мира. Системы питания различных народов мира. Религия – основополагающий фактор формирования традиций и культур питания. Краткая характеристика мировых религий.

Практические задания:

1. Кулинарные традиции, как элемент туристской аттракции
2. Энотуризм в России: регионы, маршруты, перспективы
3. Рейтинг российских кулинарных брендов: сложности формирования
4. Гастрономический бренд – открытка региона. Как поддержать?
5. Гастрономические фестивали в России

2. Тема практического занятия. Особенности и традиции питания русской кухни и кухни народов России

Вопросы к обсуждению:

Русская кухня. Татарская кухня. Кавказская кухня. Якутская кухня. Кухня северных народов России. Калмыкия и традиции питания. Бурятия и традиции питания. Кухня малых народов России. Кухня родного региона. Национальные праздники и традиционные праздничные блюда. Национальные алкогольные и безалкогольные напитки. Религиозные праздники и традиционные праздничные блюда. Кулинарные бренды народов и регионов Российской Федерации. Кулинарные праздники России. Стереотипы о русской кухне.

Практические задания:

1. Стереотипы о русской кухне: насколько важно мнение зарубежных гостей?
2. Рестораны национальной кухни: узкий сегмент для иностранных гостей?
3. Что такое новая русская кухня: куда движется отечественная ресторанная индустрия?

4. Нужны ли нашим поварам мишленовские звезды?
5. Какие русские блюда делают кассу ресторана в Москве?

Требования к выполнению практического задания: изучение литературы и научных изданий по теме занятия

1. Дисциплина (модуль) Традиции и культура питания народов мира

2. Тема практического занятия. КУХНИ И ТРАДИЦИИ ПИТАНИЯ НАРОДОВ МИРА
3. Цели занятия. Сформировать компетенции в области планирования, организации и контроля общественного питания в сфере гостеприимства

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Пища, традиции питания в христианстве. Православные традиции в питании. Особенности питания в католицизме и протестантизме. Пищевые обряды и традиции питания в иудаизме. Кошерные и трефные предписания на пищевые продукты. Пища и питание в праздники и посты. Характеристика пищевых обрядов и традиций питания в исламе. Влияние разнообразия мусульманского мира на традиции и культуру питания. Пища и трапеза исламистов в праздники и пост. Буддизм, синтоизм и питание.	кейс (выполняется в малых группах)
2.	Европейская (континентальная) кухня. Кухня и традиции питания стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Особенности питания в Австралии и Новой Зеландии. Африканская кухня и особенности питания. Северная и Южная Америка: особенности и культура питания народов. Ближний Восток: традиции питания. Кухни народов СНГ. Трудности приема гостей из Китайской Народной Республики (предпочтения и ограничения в питании). Трудности приема гостей из Индии (предпочтения и ограничения в питании). Стрит фуд в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Питание туристов на островах: особенности и ограничения.	коллоквиум

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Сформировать компетенции в области планирования, организации и контроля общественного питания в сфере гостеприимства
1. Тема практического занятия. Особенности питания народов мира на основе конфессии
Вопросы к обсуждению:
Пища, традиции питания в христианстве. Православные традиции в питании. Особенности питания в католицизме и протестантизме. Пищевые обряды и традиции питания в иудаизме. Кошерные и трефные предписания на пищевые продукты. Пища и питание в праздники и посты. Характеристика пищевых обрядов и традиций питания в исламе. Влияние разнообразия мусульманского мира на традиции и культуру питания. Пища и трапеза исламистов в праздники и пост. Буддизм, синтоизм и питание.
Практические задания:
1. Национальные традиции потребления крепких алкогольных напитков: проведение сравнительного анализа и разоблачение стереотипов. Анализ статистических данных и построение диаграмм, графиков и иного иллюстративного материала
2. Роль напитков в культурах питания народов мира. Построение карты напитков в мировых туристских дестинациях и наиболее посещаемых туристских территориях
3. Чаи, кофе, какао, вина, пиво, прохладительные напитки, квас в питании народов мира. Сравнительный анализ по туристским и территориям. Построение карты

4. Чай: церемонии и ритуалы. Разработка программы чайной церемонии для тематического мероприятия в отеле

5. Крепкие напитки: барная культура в отелях. Анализ (сравнительный и содержательный) на примере конкретных отелей

6. Туризм и национальная культура питания, их взаимосвязь (на примере конкретной страны)

7. Туризм и современные тенденции в сохранении и развитие национальных культурных традиций в питании (на примере конкретной страны)

8. Гастрономический туризм – основа сохранения национальных традиций (на примере конткретной страны)

9. Гастрономические туры стран мира: анализ влияния на въездной туристический поток

10. Рацион питания для иностранных гостей и туристов. Разработка меню для экскурсантов

Задание выполняется в виде пояснительной записки с использованием иллюстративного материала.

Тема практического занятия. Особенности питания народов мира на основе географии

Вопросы к обсуждению:

Европейская (континентальная) кухня. Кухня и традиции питания стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Особенности питания в Австралии и Новой Зеландии. Африканская кухня и особенности питания. Северная и Южная Америка: особенности и культура питания народов. Ближний Восток: традиции питания. Кухни народов СНГ. Трудности приема гостей из Китайской Народной Республики (предпочтения и ограничения в питании). Трудности приема гостей из Индии (предпочтения и ограничения в питании). Стрит фуд в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Питание туристов на островах: особенности и ограничения.

Практические задания:

1. Трудности приема гостей из Китайской Народной Республики (предпочтения и ограничения в питании).
2. Трудности приема гостей из Индии (предпочтения и ограничения в питании).
3. Стрит фуд в странах Азиатско-Тихоокеанского региона.
4. Питание туристов на островах: особенности и ограничения.
5. Типы питания в отелях: новые тенденции

Требования к выполнению практического задания: изучение теоретического материала, изучение научных публикаций по теме.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач.

Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Экологический менеджмент гостиницы	
Тема 1.1 Эко-отели и их роль в экотуризме	География современного экотуризма. Доля экотуризма в мировом туризме (а также в отдельных странах) по финансовому обороту. Основные тенденции развития экотуризма.
Тема 1.2 Основные эколого-туристские технологии	Экологические тропы и принципы их формирования. Наиболее и наименее ресурсоемкие формы туризма
Раздел 2. Формирование экологической культуры. Концепция «устойчивого туризма»	
Тема 2.1 Формирование экологической культуры	Показатели экологической благоприятности и неблагоприятности той или иной местности. Содержание и специфика территориального планирования в целях осуществления эколого-туристских программ. Основные этапы формирования эколого-туристского продукта.
Тема 2.2 Концепция «устойчивого туризма»	Концепция «устойчивого туризма». Социальное и экологическое воздействие мирового туризма на окружающую среду. Две основные противоположные тенденции в туризме, обусловленные его глобализацией.й

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие

предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности

посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в

ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Раздел 1. Экологический менеджмент гостиницы

Тема 1.1 Эко-отели и их роль в экотуризме

Вопросы для самоподготовки:

1. Организация экосистемы. Характеристика ее трофической структуры, потоков биомассы и энергии.
2. Формы экотуризма. Охарактеризуйте их особенности.
3. Экологическая критика стандартного массового туризма (приведите примеры).

Тема 1.2 Основные эколого-туристские технологии

Вопросы для самоподготовки:

1. Организация мирового эколого-туристского сообщества. Назовите и охарактеризуйте основные структуры.
2. География современного экотуризма. Доля экотуризма в мировом туризме (а также в отдельных странах) по финансовому обороту.

Раздел 2. Формирование экологической культуры. Концепция «устойчивого туризма»

Тема 2.1 Формирование экологической культуры

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие страны и регионы, на ваш взгляд, имеют наилучшие шансы противостоять

негативным последствиям глобализации туризма?
2. Положение России на мировом эколого-туристском рынке.

Тема 2.2 Концепция «устойчивого туризма»

Вопросы для самоподготовки:
1. Охарактеризуйте потенциал выбранного субъекта РФ для развития экотуризма.
2. Основные категории системы ООПТ России и экотуризм.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Экологический менеджмент гостиницы
Тема 1.1 Эко-отели и их роль в экотуризме

Тема 1.2 Основные эколого-туристские технологии

Раздел 2. Формирование экологической культуры. Концепция «устойчивого туризма»

Тема 2.1 Формирование экологической культуры

Тема 2.2 Концепция «устойчивого туризма»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников

определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25

мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).
4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).
5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ**

2. **Раздел 1. Экологический менеджмент гостиницы / Тема 1.1 Эко-отели и их роль в экотуризме**

3. Цели занятия.

- Изучить эко-отели.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Эко-отели и их роль в экотуризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. **Эко-отели и их роль в экотуризме**

Текст лекции.

Эко-отели появились вследствие повышенного спроса на природный отдых, который сформировался в гостиничном бизнесе за последние 20 лет. Число путешественников, выбирающих для себя экологичные варианты путешествий, растёт с каждым годом и это требует от владельцев гостиниц принятия новых решений. Согласно исследованиям, туристы готовы платить больше, чтобы оказаться в отеле, персонал которого заботится об экологии.

Что такое эко-отели? Их главная идея состоит в том, чтобы привить гостям ответственность за влияние на окружающую среду и минимизировать негативное воздействие. Главное отличие от обычных отелей — они находятся в природных зонах, способствуют единению с природой и обеспечивают гостям условия, схожие с жизнью на свежем воздухе: натуральные продукты, чистая вода, природные материалы, используемые для отделки номеров. Кстати, не всегда эти отели находятся в лесу, многие из них строят в природных парках в мегаполисах.

Что такое эко-отели и почему они набирают популярность

В некоторых из отелей отсутствует сотовая связь, электричество и другие блага цивилизации. Например, вода в душе нагревается солнцем, вместо лампочек используют свечи. Постояльцы могут воспользоваться услугами по переработке мусора, попробовать продукты местного производства, которые выращиваются на огороде при гостинице. Эко-отели также предоставляют путешественникам органическое постельное бельё, нетоксичные моющие средства, экологически чистые туалетные принадлежности и другое.

Как выглядят эко-отели

Многие гостиницы представляют собой домики или хижины, спроектированные по типу жилищ коренных племён, проживающих в данной заповедной зоне. Здесь вы не найдёте роскошных и богато отделанных номеров, во многих отелях есть только кровать или гамак, стол и пара кресел. Мебель, конечно же, тоже сделана из природных материалов: древесины и/или камня.

Особенности эко-отелей

В числе дополнительных услуг таких отелей — просвещение в области экологии. Посетителям рассказывают о флоре и фауне местных экосистем, учат способам снижения вредного воздействия на окружающую среду. Что такое эко-отели и почему они набирают популярность

Многие эко-отели работают с местным населением: обучают и нанимают их к себе на работу, а также организовывают мероприятия, которые помогают посетителям сохранять и ценить местные обычаи и вносить вклад в местную экономику.

Питание тоже часто зависит от местности, в которой отель находится, и будет соответствовать традиционному меню. Например, эко-отель в Сибири предложит вам рыбу, дичь, орехи и ягоду. В горной местности постояльца угостят блюдами из баранины и сырами домашнего производства.

Некоторые отели пошли ещё дальше и предлагают добывать постояльцам еду самим. Вот уж точно полное единение с природой и проживание в диких условиях. Правда, много ли кто согласится на такое?

Примеры эко-отелей по всему миру

Вот как идея эко-отелей реализуется в разных местах. Например, отель «Алтика» в Горном Алтае использует котельную с нулевой нагрузкой на природу, артезианскую скважину с чистой водой и локальные очистные сооружения. Коттеджи отеля выполнены из натуральных материалов.

В отеле LeapRus Capsule в Кабардино-Балкарии посетители смогут пожить в «капсулах» космического корабля на южном склоне Эльбруса. Эко-отель контролирует воздействие на окружающую среду: специальная система плавит снег для канализации, а свет и тепло идут от солнечных батарей.

Отель Stamford Plaza Sydney Airport в Австралии использует солнечные батареи на крыше, светодиодные лампы и датчики освещения в общественных зонах отеля и на автостоянке. Также администрация заменила старые кондиционеры, поставив на их место более энергоэффективные.

Источник Билетик Аэро: https://www.biletik.aero/handbook/blog/oteli/chto-takoe-eko-oteli-i-pochemu-oni-nabirayut-populyarnost/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:
Эко-отели и причины их популярности

1. Учебная дисциплина. **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ**
2. **Раздел 1. Экологический менеджмент гостиницы / Тема 1.2 Основные эколого-туристские технологии**
3. Цели занятия.

- Изучить эко технологии

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Основные эколого-туристские технологии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Текст лекции.
Правительства многих стран мира уже выработали меры для поддержания экологии — для этого уже есть конкретные инструменты. «Хайтек» при помощи рабочей группы EcoNet Национальной технологической инициативы собрал 10 экотехнологий, которые помогут человечеству двигаться по пути устойчивого развития.

— Решения для персонального экомониторинга и аналитики. Это различные носимые смарт-устройства для мониторинга состояния дома или офиса, которые управляют персональными, локальными экологическими системами — приборами, с помощью которых можно управлять экологическими параметрами локальных климатических зон. Такие устройства позволят измерять, а затем и изменять характеристики зон присутствия.

На рынке представлены мини-климатические интеллектуальные станции от компании «КЛАЙМАТГАРД», системы мониторинга и управления персональными зонами от Яндекса.

— Технологии подповерхностного, глубинного зондирования. Это оборудование и технологии для обнаружения подземных коммуникаций на глубине до 300 м, утечек, карстоопасных участков, водоносных слоев, пустот с целью предотвращения эксплуатационных рисков.

— Дистанционный экомониторинг и контроль. Интегрированный комплекс цифровой платформы и модульного оборудования для мониторинга и прогнозирования качества воздуха в масштабах от района города до целого региона. Такие системы позволяют проводить спектрографический мониторинг слоев атмосферного воздуха со спутниковых или беспилотных платформ, чтобы находить локальные источники и параметры выбросов.

Один из таких проектов — комплекс цифровой платформы и модульного оборудования «СитиЭйр» — позволяет проводить мониторинг и прогнозирование качества воздуха в масштабах от района города до целого региона. Компания «Интерсвязь» разрабатывает системы автоматического экологического мониторинга, дополнительных сервисов мобильного приложения «Умный город», включая услугу «Вывоз мусора».

— «Коробочные» устройства для создания экологически чистых зон (воздух, вода, почва). К ним можно отнести:

• Выращивание микроводорослей хлореллы для биологической реабилитации водоемов. Подобные разработки уже есть у НПО «Альгобиотехнология» и ООО «Воронежская аквакультура». В «Альгобиотехнологии» изобрели метод биологической реабилитации водоемов с помощью штамма хлореллы, который значительно улучшает качество воды.

• Искусственные деревья для помещений с недостаточной солнечной инсталляцией — биоорганические очистительные и кислородные станции — создают в Южно-Уральском государственном университете. «Искусственное дерево» представляет собой автономное устройство, оно состоит из корпуса с закрепленными на нем сменными панелями, наполненными фильтрующими субстратами в виде растений или сорбента. Предусмотрены система полива и система вентиляции. Такие деревья смогут очищать воздух от вредных газов и аэрозолей в промзонах, на остановках общественного транспорта и др.

• Составы и оборудование для очистки одежды без стирки (для предотвращения попадания микропластика в водную среду) разработали в «Хелметексе» — речь идёт о нейтрализаторах запахов.

• Компактные комплексы для очищения и опреснения воды для питьевых целей создают, к примеру, в «Аквамин-Технологии» — там делают установки для очистки минерализованных сточных вод.

— Решения для извлечения остаточной энергии и повышения энергоэффективности. В качестве примера можно рассмотреть инновационные установки выработки тепловой и электрической энергии из утилизируемых хвостов отходов от НТЦ «Турбопневматик». Такие установки используют остатки тепловой энергии (CO_2) для образования электричества. Для повышения энергоэффективности в компании «Малые силовые машины» используют паровые роторные электростанции, работающие на любом твердом топливе, газе, жидком топливе.

— Экорешения для повышения эффективности вторичной переработки (рециклинга). Это различные технологии, оборудование и услуги по утилизации химических источников тока (производят в «ТЕХНОХИТ»), компании по производству одежды из переработанного вторсырья («НИРЕС»), технологии 3D-печати малых архитектурных форм с использованием вторичных материалов. Такие услуги оказывает челябинская «Символ Бетон».

— Технологии производства новых материалов для народного хозяйства с высокими экологическими и потребительскими свойствами. Материалы и оборудование для их изготовления из натуральных волокон, природных полимеров, экологически безвредных (биоразлагаемых или на 100% перерабатываемых) полимерных композитов, которые можно эксплуатировать при низких температурах. Такими проектами занимается Центр НТИ «Цифровое материаловедение: новые материалы и вещества». Например, в Центре разработаны биоразлагаемые импланты для фиксации костей, которые полностью растворяются в организме.

— Платформенные системы повышения экологизации и экобезопасности жизнедеятельности. При использовании этой технологии беспилотные летательные аппараты представляют собой мультимодальные платформы, позволяющие с помощью искусственного интеллекта осуществлять мониторинг. Персональные экологические сервисы, разработанные в «РТК ЦТ», предоставляют пользователям доступ к информации о качестве состояния окружающей среды.

— Сервисы оценки персонального и корпоративного экологического следа и биоемкости технологий. Проект «Балтийский промышленный симбиоз» представляет решения промышленного симбиоза. Они способны полностью замкнуть цикл персонализированного производства продукции новых переделов. Это наиболее эффективное решением для использования отходов и привлечения выгодных вторичных ресурсов в России. Также есть интеллектуальная платформа TRASH FOR CASH, которая помогает интегрировать процессы обращения вторичного сырья между субъектами отходообразования, перевозчиками, заготовителями, переработчиками, производителями.

— Сервисы и платформы формирования контекстных знаний и развития эко-компетенций. Экологические образовательные платформы МГТУ им. Н. Э. Баумана предлагают принципиально новые учебные программы развития навыков внедрения

инноваций, ориентированные на экотехнологии и новые экостандарты. Инфраструктурные платформы Евразийского банка развития привлекают в экопроекты зеленые финансовые инструменты ESG: финансирование, зеленые кредиты, облигации, гранты, краудфандинг, энергосервисные контракты, зеленые государственные и корпоративные закупки.

«Сейчас рынок экотехнологий стремительно развивается, вовлекая все больше компаний по всему миру. Новое налоговое регулирование на основе принципов устойчивого развития, например, уже введенный трансграничный углеродный налог, изменит подход к экотехнологиям, а декарбонизация станет локомотивом для бизнеса в следующие 20 лет, — отмечает Михаил Иванов, член рабочей группы EcoNet Национальной технологической инициативы, профессор кафедры “Экология и промышленная безопасность” МГТУ им. Н. Э. Баумана. — Наша цель — персональные экологические решения для каждого, кто хочет жить в безопасной среде, минимизировать свое воздействие на окружающую среду и сохранить нашу планету».

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Роль эко технологий в развитии гостиничного бизнеса

1. Учебная дисциплина. **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ**

2. **Раздел 2. Формирование экологической культуры. Концепция «устойчивого туризма»/ Тема 2.1 Формирование экологической культуры**

3. Цели занятия.

- изучить экологическую культуру

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Формирование экологической культуры	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Текст лекции.

Формирование экологической культуры – длительный и сложный процесс, невозможный без наличия целого ряда предпосылок. В качестве таких предпосылок, как правило, указывают исторически сложившиеся традиции, в том числе традиции повседневного взаимодействия с окружающей средой, законодательные мероприятия, регулирующие отношения в сфере использования и восстановления природных ресурсов, научные знания, эстетическое

восприятие природы и т.д. Кроме того, формирование экологической культуры обусловлено целым рядом факторов, таких, как влияние экологического сознания, действие системы воспитания и образования и им подобные. вопрос о факторах формирования экологической культуры неоднократно ставился в отечественной и зарубежной философии. Этот вопрос обрел новое значение в связи с принятием концепции устойчивого развития в качестве основной глобальной и национальной социально-экологической стратегии.

Традиционно среди факторов формирования экологической культуры первое место отводится экологическому просвещению[1; с. 15]. Оно включает в себя развитие системы экологических знаний, экологическое воспитание и образование, популяризацию знаний об окружающей среде и об её взаимодействии с обществом через средства массовой информации и коммуникации и через деятельность общественных природоохранных организаций. Все эти компоненты экологического просвещения также могут рассматриваться в качестве особых факторов. Из них наиболее исследованной является роль системы образования и воспитания в развитии экологической культуры общества и отдельного человека. Это объясняется тем влиянием, которое формирующаяся экологическая культура оказывает на процесс становления человеческой личности. Формирование экологической культуры должно начинаться с самого раненого возраста, когда важнейшую роль играет деятельность окружения ребенка во взаимодействии со средой обитания, так как в этом возрасте основу деятельности ребенка составляет под¬ражание окружающим взрослым. В области отношений со средой обитания это проявляется в подражании их эколо¬гической деятельности и, отчасти, в участии в ней. По мере расширения круга общения ребенка при взрослении, он усваивает не только навыки экологической деятельности своей семьи, но и способы хозяйствования всех социальных систем, в которые он со временем включается. Усваивая их, ребенок усваивает и тот уровень развития экологической культуры или ее предпосылок, который характерен для данного общества. Не менее важна роль системы образования и воспитания в качестве социального института, обусловливающего непрерывность традиций природопользования и преемственность тенденций становления экологической культуры. Именно благодаря деятельности институтов образования происходит передача накопленных экологических знаний и опыта оптимального взаимодействия с окружающей природной средой между поколениями. Одной из важнейших задач, которую должна решать система образования в этом процессе — выработка умения соотносить экологические знания с повседневной деятельностью, а также выбирать между обыденными и теоретическими знаниями.

Система экологических знаний сама по себе также является важным фактором формирования экологической культуры. Хотя в полном объеме этими знаниями, как и знаниями в других областях науки, обладает лишь относительно небольшое число специалистов в данной области, именно их точка зрения должна оказывать наибольшее влияние на процессы

экологизации культуры всего общества. Кроме того, доступность информации в современном обществе способствует расширению круга людей, владеющих этими знаниями хотя бы поверхностно. Наконец, именно носители теоретического знания о законах функционирования отдельных экосистем и всей биосферы в целом играют роль экспертов при выработке глобальных и национальных стратегий устойчивого социально-экологического развития, разрабатывают модели мировой динамики, провозглашают основные идеи и ценности ноосферного экологического сознания и дают оценку существующим тенденциям взаимодействия общества и природы. Результаты их деятельности проявляются в освещении экологической проблематики средствами массовой информации, в доктринах международной и государственной экологической политики, в программах образования и экологического воспитания. Так, например, модели мировой динамики серии «Мир», разработанные и примененные Дж. Форрестером, легли в основу, последовательно, постулатов доклада «Пределы роста» [3; с.9], концепции экоразвития, выводов «Нашего общего будущего», модели устойчивого развития и сформированных на ее основе национальных экологических доктрин, включая Экологическую доктрину Российской Федерации от 2002 года. Все вышеперечисленное делает представителей данной группы специалистов своеобразными лидерами в процессе формирования экологической культуры.

Сложнее оценить роль, которую играют в формировании экологической культуры обыденные экологические знания, стихийно вырабатываемые в процессе природопользования. С одной стороны, именно они являются отправной точкой в процессе формирования теоретического знания, а для многих людей обыденное экологическое знание в течение всей их жизни имеет больший вес по сравнению с теоретическим. С другой, как справедливо отметил Дж. Даймонд, их роль сокращается в процессе становления индустриального общества: охотники-собиратели Новой Гвинеи обладают значительно более всеобъемлющими знаниями о полезных свойствах различных растений и животных, чем жители земледельческих районов острова, а те, в свою очередь, превосходят в этом отношении приезжих европейцев[2; 218-219]. Таким образом, обыденное экологическое знание играет существенную роль в условиях преобладания природоодухотворенного экологического сознания, тогда как становление развитой экологической культуры неизбежно связано с усилением и актуализацией ноосферных элементов.

Знания играют важную роль в формировании экологической культуры и в качестве одного из источников общественного мнения. Последнее формируется, главным образом, под влиянием средств массовой информации и под влиянием общественных природоохранных организаций. Первые информируют население о наиболее насущных экологических угрозах, создавая тем самым благоприятную среду для принятия экологических культурных ценностей и императивов. Через посредство СМИ осуществляется ознакомление населения с постулатами

социально-экологических стратегий, становятся общеизвестными принципы экологически корректной и безопасной деятельности, распространяются сведения о работе природоохранных организаций. СМИ также участвуют в распространении и популяризации экологических знаний, хотя их деятельность в данном направлении не может быть однозначно оценена. Эта ее неоднозначность определяется, во-первых сочетанием широкого распространения лженауки в современном обществе с низким уровнем научной культуры многих деятелей СМИ, во-вторых, экономической и политической конъюнктурой, обусловливающей зачатую неполное, искаженное или одностороннее освещение многих экологических проблем.

Столь же неоднозначной представляется и роль экологических общественных организаций в качестве фактора формирования экологической культуры. С одной стороны, многие такие организации сыграли безусловно положительную роль в осознании мировым сообществом степени опасности, связанной со чрезмерной антропогенной нагрузкой на окружающую среду. Так, деятельность Римского клуба привела к выработке ряда важнейших принципов развития человечества, занявших одно из центральных мест в экологической культуре современного общества. Однако, с другой стороны, зачастую эпатаж, сопровождающий деятельность таких организаций, только вредит освещению экологических проблем и препятствует усвоению обществом ценностей экологической культуры. В этом отношении особенно негативный эффект имеет деятельность многочисленных маргинальных организаций, для которых экологические лозунги являются лишь частью экстремистской социальной, политической или религиозной идеологии, что характерно, например, для различных групп, примыкающих к движению «New Age».

Координирующую и стимулирующую роль по отношению к различным факторам формирования экологической культуры играет международная и государственная политика. Так, деятельность наиболее авторитетных общественных природоохранных и глобалистических организаций развивается в рамках, определенных «Повесткой дня на XXI век» [4]. На государственном уровне разрабатывается и активно пропагандируется Экологическая доктрина, которая организует и направляет взаимоотношения общества и природы.

Государство создает единую систему экологического мониторинга, экологической экспертизы. Особую роль в формировании экологической культуры может играть законотворческая деятельность, насаждающая в обществе представления об ответственности за причинение ущерба окружающей среде. Однако это возможно лишь при условиях, во-первых, единства и последовательности государственной политики в данной области, во-вторых, наличия у государства политической воли для твердого и решительного приведения в исполнение принятых решений.

Таким образом, необходимыми факторами формирования экологической культуры являются экологическое просвещение, включающее соответствующую ориентацию системы воспитания и образования, наличие и распространение теоретических экологических знаний, наличие в обществе группы носителей таких знаний, деятельность СМИ и общественных организаций, а также присутствие экологического императива в политике. Подавляющее большинство указанных факторов возникли лишь в двадцатом столетии. При этом, спецификой России является их более позднее проникновение в культурное пространство по сравнению с мировым сообществом.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Основы эко культуры и принципы ее формирования

1. Учебная дисциплина. **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ**

2. **Раздел 2. Формирование экологической культуры. Концепция «устойчивого туризма»/ Тема 2.2 Концепция «устойчивого туризма»** - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- Изучить концепцию устойчивого туризма

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Концепция «устойчивого туризма»	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Текст лекции.

Туризм является одной из наиболее быстро растущих отраслей мировой экономики и важным источником валютных поступлений и рабочих мест и тесно связан с социальным, экономическим и экологическим благополучием многих стран, прежде всего развивающихся. Например, морской или связанный с океанами туризм, а также прибрежный туризм являются жизненно важными секторами экономики в малых островных развивающихся государствах (МОСТРАГ) и прибрежных наименее развитых странах (НРС) (см. также доклад под названием «Потенциал “голубой экономики”» и Сообщество действий в отношении океана по устойчивой «голубой экономике»).

Согласно Всемирной туристской организации, под устойчивым туризмом понимается «туризм, в полной мере обеспечивающий учет его нынешних и будущих экономических,

социальных и экологических последствий при удовлетворении потребностей туристов, индустрии туризма, окружающей среды и принимающих общин».

На основании резолюции 70/193 Генеральной Ассамблеи 2017 год был объявлен Международным годом устойчивого туризма в интересах развития.

Предусмотренная в Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года задача 8.9 заключается в том, чтобы «к 2030 году обеспечить разработку и осуществление стратегий поощрения устойчивого туризма, который способствует созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производству местной продукции». Важность устойчивого туризма также подчеркивается в задаче 12.b в области устойчивого развития, которая состоит в том, чтобы «разрабатывать и внедрять инструменты мониторинга влияния, оказываемого на устойчивое развитие устойчивым туризмом, который способствует созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производству местной продукции».

Туризм также упомянут в числе средств повышения к 2030 году «экономических выгод, получаемых малыми островными развивающимися государствами и наименее развитыми странами», что предусмотрено задачей 14.7 в области устойчивого развития.

В пункте 130 итогового документа Конференции «Рио+20» под названием «Будущее, которого мы хотим» говорится, что устойчивый туризм может вносить значительный вклад «в рамках всех трех компонентов устойчивого развития» благодаря его тесной связи с другими секторами и способности обеспечивать создание достойных рабочих мест и открывать возможности в области торговли. В связи с этим государства-члены считают необходимым «оказание поддержки мероприятиям в области устойчивого туризма и наращивания соответствующего потенциала, которые способствуют повышению уровня экологической грамотности, сохранению и защите окружающей среды, дикой природы, флоры, биологического разнообразия, экосистем и культурного разнообразия и ведут к повышению благосостояния и созданию источников дохода в местных общинах, оказывая поддержку местной экономике, а также к улучшению среды обитания человека и естественной среды в целом». В пункте 130 государства-члены также призывают «оказывать более масштабную поддержку мероприятиям в области устойчивого туризма и соответствующим мерам по наращиванию соответствующего потенциала в развивающихся странах с целью содействовать обеспечению устойчивого развития».

В пункте 131 государства-члены рекомендуют «поощрять инвестиции в устойчивый туризм, включая экотуризм и культурный туризм, что может включать создание мелких и средних предприятий и облегчение доступа к финансовым ресурсам, в том числе в рамках инициатив микрокредитования в интересах малоимущих, представителей коренных народов и местных общин в тех районах, которые имеют значительный потенциал в плане экотуризма». В этой связи государства-члены также обращают особое внимание на «важность разработки там,

где это необходимо, надлежащих руководящих принципов и положений в соответствии с национальными приоритетами и законодательством в интересах поощрения и поддержки устойчивого туризма».

В 2002 году на Всемирной встрече на высшем уровне по устойчивому развитию в Йоханнесбурге было рекомендовано поощрять устойчивое развитие туризма, включая непотребительский и экотуризм (Йоханнесбургский план выполнения решений, глава IV, пункт 43).

На Йоханнесбургской встрече на высшем уровне было объявлено о начале реализации инициативы «Устойчивый туризм в интересах ликвидации нищеты» (УТ-ЛН). Эта инициатива была выдвинута Всемирной туристской организацией в сотрудничестве с ЮНКТАД в целях развития устойчивого туризма как средства сокращения масштабов нищеты.

Комиссия ООН по устойчивому развитию (КУР) в последний раз рассматривала вопрос об устойчивом туризме в 2001 году, когда она выступала в качестве Подготовительного комитета Йоханнесбургской встречи на высшем уровне.

Важность устойчивого туризма также была отмечена в Повестке дня на XXI век.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Будущее устойчивого туризма и значимость его для развития страны

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ**
2. **Раздел 1. Экологический менеджмент гостиницы**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.1 Эко-отели и их роль в экотуризме

3. Цели занятия.

- Изучить эко-отели

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Эко-отели и их роль в экотуризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Организация экосистемы. Характеристика ее трофической структуры, потоков биомассы и энергии.
2. Формы экотуризма. Охарактеризуйте их особенности.
3. Экологическая критика стандартного массового туризма (приведите примеры).

1. Учебная дисциплина. **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ**
2. **Раздел 1. Экологический менеджмент гостиницы**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.2 Основные эколого-туристские технологии

3. Цели занятия.

- Изучить основные эко технологии.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Основные эколого-туристские технологии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Организация мирового эколого-туристского сообщества. Назовите и охарактеризуйте основные структуры.
2. География современного экотуризма. Доля экотуризма в мировом туризме (а также в отдельных странах) по финансовому обороту.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Предмет, задачи и структура экологии.
2. Организация экосистемы. Характеристика ее трофической структуры, потоков биомассы и энергии.
3. Положение и роль человека в биосфере в прошлом и в настоящем.
4. Биологическое разнообразие и смысл его сохранения.
5. Различия австралийской и западноевропейской модели экотуризма. Каковы их базовые принципы?
6. Основные тенденции развития экотуризма.
7. Связь целей экотуризма и охраны природы.
8. Прямая и косвенная экономическая выгода развития экотуризма для местного населения.
9. Предмет и основные задачи экологии человека.
10. Связь демографических процессов и состояния окружающей среды в странах с различными социально-экономическими условиями.
11. Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-рецепторов.
12. Механизмы воздействия туризма на окружающую среду и их география в западноевропейских странах, в странах Африки, на приморских курортах.
13. Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика.
14. Допустимая рекреационная нагрузка на ландшафт, методы и проблемы ее определения.
15. Экологические тропы и принципы их формирования.
16. Наиболее и наименее ресурсоемкие формы туризма.
17. Транспортные средства в туризме и их экологичность. Критерии оценки экологичности транспорта.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Организация экосистемы. Характеристика ее трофической структуры, потоков биомассы и энергии.
2. Формы экотуризма. Охарактеризуйте их особенности.
3. Экологическая критика стандартного массового туризма (приведите примеры).
4. Организация мирового эколого-туристского сообщества. Назовите и охарактеризуйте основные структуры.
5. География современного экотуризма. Доля экотуризма в мировом туризме (а также в отдельных странах) по финансовому обороту.

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровожденная бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ**

2. **Раздел 2. Формирование экологической культуры. Концепция «устойчивого туризма»**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1 Формирование экологической культуры

3. Цели занятия.

- изучить эко культуру

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Формирование экологической культуры	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Какие страны и регионы, на ваш взгляд, имеют наилучшие шансы противостоять негативным последствиям глобализации туризма?
2. Положение России на мировом эколого-туристском рынке.

1. Учебная дисциплина. **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЦЫ**

2. **Раздел 2. Формирование экологической культуры. Концепция «устойчивого туризма»**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.2 Концепция «устойчивого туризма»

3. Цели занятия.

- Изучить концепцию устойчивого туризма

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Концепция «устойчивого туризма»	Групповая, научная дискуссия, диспут

		Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Охарактеризуйте потенциал выбранного субъекта РФ для развития экотуризма.
2. Основные категории системы ООПТ России и экотуризм.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

3. Методика построения и использования в планировании турпродукта эколого-социологического опроса.
4. Формирование цены на эколого-туристские услуги: основные факторы, влияющие на ценообразование.
5. Основные цели и этапы экологического аудита в туризме.
6. Виды экологических сертификатов в туризме.
7. Принципы построения и использования «контрольных листов» экологического аудита.
8. Экологические критерии сертификации туристских сооружений, транспорта, маршрутов, рекреационных местностей.
9. Противоречия двух основных проблем менеджмента в экотуризме. Пути к компромиссу. Характеристики генеральных задач экоменеджмента в туризме.
10. Ключевые компоненты менеджмента в экотуризме.
11. Эколого-туристские кодексы и основные их типы.
12. Причины возникновения глобальных экологических проблем человечества. Краткая характеристика основных из них.
13. Формирование экологической культуры и три ее основных компонента. Вклад туризма в формирование экологической культуры.
14. Российские правовые основы охраны природы в туризме.
15. Формы экотуризма, получившие наибольшее развитие в России.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – контрольная работа.

1. Какие страны и регионы, на ваш взгляд, имеют наилучшие шансы противостоять негативным последствиям глобализации туризма?
2. Положение России на мировом эколого-туристском рынке.
3. Охарактеризуйте потенциал выбранного субъекта РФ для развития экотуризма.

Основные категории системы ООПТ России и экотуризм.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения

размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве	
Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма	Управленческие аспекты экономики впечатлений. Развитие рынка современного туризма. Теоретические положения экономики впечатлений в сфере внутреннего туризма. Менеджмент и маркетинг как инструменты экономики впечатлений. Основы сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. Концепция сервисной среды в современной экономике впечатлений. Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Построение системы менеджмента туристско-экскурсионного предприятия.
Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений и гостеприимства	Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений. Оценка сервисной среды в экскурсионном бизнесе всфере внутреннего туризма. Методика сервисного аудита внутреннего туризма. Проведение сервисного аудита предприятия экскурсионного бизнеса при разработке турпродукта внутреннего туризма. Современные технологии обслуживания и проектирования сервисной среды внутреннего туризма. Исследования сервисной среды на различных уровнях экономики впечатлений.
РАЗДЕЛ 2. Эффективность управления развитием туристской территории и индустрии гостеприимства	
Тема 2.1. Организация и управление туристской	Особенности организации туроперейтинга специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений.

территории в экономике впечатлений	Туроперейтинг на рынке внутреннего оздоровительного и медицинского туризма. Туроперейтинг на рынке внутреннего делового и событийного туризма. Продуктовые стратегии специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений. Особенности спроса на туруслуги в рамках туризма впечатлений. Устойчивый туризм в сфере экономики впечатлений
Тема 2.2. Система управления туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве	Система управления внутренним туризмом в России в современных условиях. Повышение эффективности управления внутренним туризмом на региональном и местном уровнях. Оценка эффективности развития туризма на разных уровнях управления региональной экономикой. Продвижение регионального турпродукта на внутреннем рынке. Продвижение регионального турпродукта на цифровом рынке
РАЗДЕЛ 3. Проектирование гостиничного предприятия как часть развития туристско-рекреационных ресурсов	
Тема 3.1. Классификация туристско-рекреационных ресурсов	Природные туристско-рекреационные ресурсы. Градация природно-рекреационных ресурсов. Вовлечение природных ресурсов в процесс туристско-рекреационной деятельности. Физические, биологические и комплексные природные рекреационные ресурсы. Анализ климатических ресурсов регионов для организации туризма. Гидрологические ресурсы и возможности их использования в целях отдыха и туризма. Минеральные источники, целебные грязи. Понятие антропогенной нагрузки. Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы. Классификация культурно-исторических рекреационных ресурсов. Принципы рекреационного освоения культурно-исторических объектов.
Тема 3.2. Типы и виды туристского пространства	Естественное (природное) туристское пространство. Культурно-историческое туристское пространство. Рекреационное туристское пространство. Сервисное туристское пространство. Антропологическое (этническое) туристское пространство. Событийное туристское пространство. Мифологическое туристское пространство. Научное туристское пространство. Экономическое пространство. Анализ социально-экономических факторов, влияющих на развитие туризма. Информационные туристско-рекреационные ресурсы.
РАЗДЕЛ 4. Проектирование гостиничного предприятия как часть оценки туристского потенциала региона	

Тема 4.1. Территориальный аспект и уровни туристского проектирования	Территориальный аспект и уровни туристского проектирования. Понятие туристско-рекреационного потенциала территории. Методические подходы к определению туристско-рекреационного потенциала территории. Условия реализации туристско-рекреационного потенциала. Туристско-рекреационный паспорт территории. Кадастр туристско-рекреационных ресурсов и их экономическая кадастровая оценка. Определение норм рекреационных нагрузок. Нормативно-правовая база использования природных ресурсов регионов России в целях рекреации.
Тема 4.2. Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий	Методические подходы к определению туристско-рекреационного потенциала территории. Условия реализации туристско-рекреационного потенциала. Процедура и методы оценки туристско-рекреационного потенциала территории. Функционально-технологический тип оценки. Медико-биологический тип оценки. Психолого-эстетический тип оценки. Экономический тип оценки. Качественная, количественная и смешанная оценки туристско-рекреационного потенциала территории. Процедура оценки туристско-рекреационного потенциала. Субъект, объект, критерии и параметры оценки. Метод классификаций. Понятие и виды рекреационных нагрузок.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе

их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается

неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма
Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности организации туроперейтинга специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений.
2. Туроперейтинг на рынке внутреннего оздоровительного и медицинского туризма.
3. Туроперейтинг на рынке внутреннего делового и событийного туризма

Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений и гостеприимства
Вопросы для самоподготовки:

1. Продуктовые стратегии специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений.
2. Особенности спроса на туруслуги в рамках туризма впечатлений.
3. Устойчивый туризм в сфере экономики впечатлений.

РАЗДЕЛ 2. Эффективность управления развитием туристской территории и индустрии гостеприимства

Тема 2.1. Организация и управление туристской территории в экономике впечатлений

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности организации туроперейтинга специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений.
2. Туроперейтинг на рынке внутреннего оздоровительного и медицинского туризма.
3. Туроперейтинг на рынке внутреннего делового и событийного туризма.

Тема 2.2. Система управления туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве
Вопросы для самоподготовки:

1. Продуктовые стратегии специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений.
2. Особенности спроса на туруслуги в рамках туризма впечатлений.
3. **Устойчивый туризм в сфере экономики впечатлений.**

РАЗДЕЛ 3. Проектирование гостиничного предприятия как часть развития туристско-рекреационных ресурсов

Тема 3.1. Классификация туристско-рекреационных ресурсов
Вопросы для самоподготовки:

1. *Природные туристско-рекреационные ресурсы.*
2. *Физические, биологические и комплексные природные рекреационные ресурсы.*
3. *Анализ климатических ресурсов регионов для организации туризма.*

Тема 3.2. Типы и виды туристского пространства

Вопросы для самоподготовки:

1. *Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы.*
2. *Классификация культурно-исторических рекреационных ресурсов.*
3. *Принципы рекреационного освоения культурно-исторических объектов.*

РАЗДЕЛ 4. Проектирование гостиничного предприятия как часть оценки туристского потенциала региона

Тема 4.1. Территориальный аспект и уровни туристского проектирования
Вопросы для самоподготовки:

1. Территориальный аспект и уровни туристского проектирования.
2. Понятие туристско-рекреационного потенциала территории.
3. Методические подходы к определению туристско-рекреационного потенциала территории.

Тема 4.2. Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий

Вопросы для самоподготовки:

1. Условия реализации туристско-рекреационного потенциала.
2. Туристско-рекреационный паспорт территории.
3. Кадастр туристско-рекреационных ресурсов и их экономическая кадастровая оценка.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма

Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений и гостеприимства

РАЗДЕЛ 2. Эффективность управления развитием туристской территории и индустрии гостеприимства

Тема 2.1. Организация и управление туристской территории в экономике впечатлений

Тема 2.2. Система управления туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Источник : http://www.myshared.ru/slide/935839

РАЗДЕЛ 3. Проектирование гостиничного предприятия как часть развития туристско-рекреационных ресурсов

Тема 3.1. Классификация туристско-рекреационных ресурсов

Тема 3.2. Типы и виды туристского пространства

Типы туристских пространств.

Туристское пространство - это особый вид пространства, существующего как логическая форма, состоящая из элементов или конструкций разной природы, объединенных одной целью - удовлетворить потребности людей в проведении досуга, отдыха и рекреации.

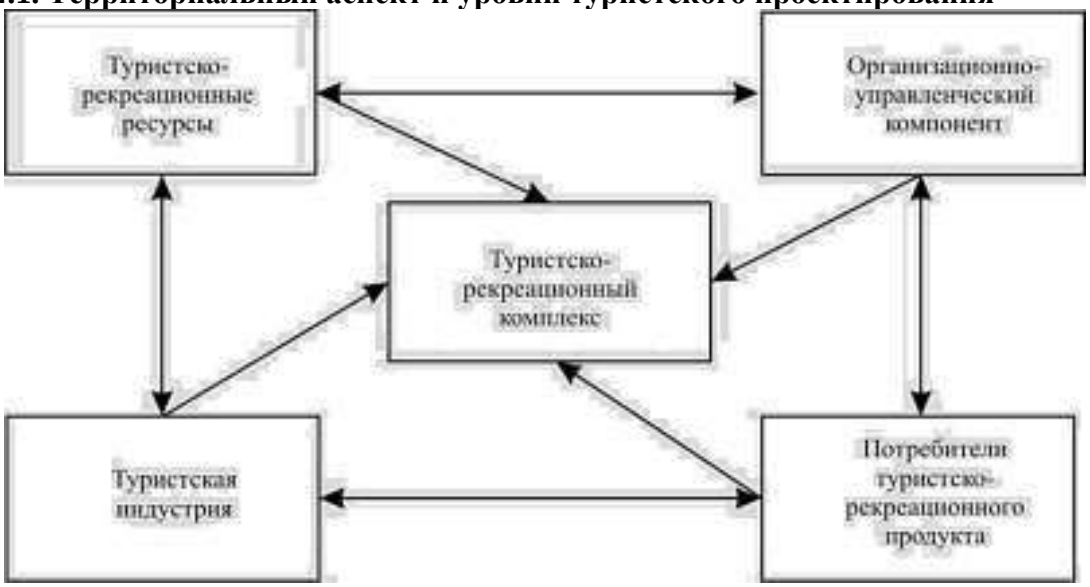
Культурно-историческое	Рекреационное	Сервисное	Антропологическое (этническое)	Событийное	Мифологическое	Научное	Экономическое
памятники истории, культуры, архитектуры, дворянские усадьбы, дачи, выставочные центры парки, музеи, галереи, выставочные залы, театры, кинотеатры, остатки материальной культуры прошлых эпох, сакральные объекты.	курорты и лечебно-оздоровительные местности, санатории, пансионаты, лечебницы, ванные корпуса, бюветы, курортные галереи, терренкуры, стадионы, спортивные комплексы, спортивные площадки, бассейны и прочие спортивные сооружения и объекты.	гостиницы, пансионаты, отели, мотели, рестораны, кафе, закусочные, столовые, предприятия автосервис, предприятия сферы бытовых услуг, предприятия торговли и пр.	этнокультурные центры, этнические деревни, этнические парки, центры и мастерские ремесел, народные художественные промыслы и пр.	выставки, фестивали, ярмарки, форумы, слеты, спартакиад, конкурсы, юбилеи, театральные сезоны и др. события.	мистические места мистические объекты мифологический эпос места (территории)	научные организации и наукограды учреждения образования научные библиотеки	населенные пункты Промышленные предприятия Хозяйственно освоенные площади Транспортные сети Инженерные сети Инфраструктура

Источник: https://tourlib.net/

РАЗДЕЛ 4. Проектирование гостиничного предприятия как часть оценки туристского

потенциала региона

Тема 4.1. Территориальный аспект и уровни туристского проектирования



Источник: https://ppt-online.org/

Тема 4.2. Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или

печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач.

Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. Раздел 1. Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма

3. Цели занятия.
Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Понятием «экономика впечатлений» (реже - «общество переживаний») сегодня все чаще в научной литературе описывается процесс, в ходе которого при приобретении/потреблении товара или услуги покупатель/клиент получает определённые ощущения. Более того, именно перспектива получения тех или иных впечатлений определяется как важнейший фактор спроса на уел зги. Туристско-экскурсионная индустрия в этом процессе формирования и развития «экономики впечатлений» может считаться одной из важнейших сфер. «Вкладывайте деньги в воспоминания» - это, возможно, важнейший посыл современного потребителя туристско-экскурсионных услуг. И от объёма полученных туристом впечатлений, их соответствия заранее сформированным ожиданиям, теперь зависит успешность того или иного тура и/или экскурсии, именно этот фактор формирует лояльность клиента, обеспечивает расширенное воспроизводство в отрасли.

В период информационных технологий потребительские отношения уже недостаточны для удовлетворения потребностей, человеку хочется получать всё больше новых эмоций - впечатлений и ощущений.

Ещё совсем недавно преимущественно фактор познавательного интереса был определяющим при выборе направления для путешествия. Сегодня, когда доступность знаний многократно возросла и информация даже начала стремительно утрачивать свою ценность («кризис информационного общества», «кризис информационного перепроизводства» ит.п.), на первый план вновь выходит важность собственного опыта и переживаний, ибо именно личное впечатление на фоне разнонаправленного, часто диаметрально противоположного по содержанию, информационного потока получает приоритет в сознании и формировании собственного мироощущения, восприятия действительности. Информация переходит из категории базового знания во вспомогательное, функция которого - помочь человеку подготовиться к самостоятельному восприятию информации на основе собственных эмоций и впечатлений. Информационный поток, с которым взаимодействует сегодняшний потребитель туристско-экскурсионных услуг формирует у него некий объем ожидаемых впечатлений, получать же которые он стремится собственно в ходе потребления туристско-экскурсионной услуги.

У молодого поколения туристов растёт запрос на путешествия в стиле «Охотники за впечатлениями». Традиционные вопросы качества проживания, транспортная логистика, питание - зачастую уходят на второй план. Поэтому, например, для многих туристов не очень эффективно действуют предложения о сезонных скидках на проживание или акции на стоимость тех или иных туров. У туриста в приоритете впечатление, турист готов платить и ехать за эмоциями! И из поездки ему уже хочется привезти не полный чемодан всевозможного сувенирного разнообразия, а что-то особенное, от чего будет «сжиматься сердце» от воспоминания о не зря потерянном времени и средствах. Именно обещания и ожидания впечатлений выходят на первый рубеж, который формирует лояльность к туристской отрасли и обеспечивает рост спроса на туристско-экскурсионные услуги.

В этих тенденциях развития «экономики впечатлений» наблюдаются две разнонаправленные тенденции: 1) эмоции и впечатления - очень индивидуальная сфера, обеспечивающая сегодня упадок спроса на массовый турпродукт, индивидуализацию предложения и персонализацию продукта в отрасли туризма и гостеприимства; 2) тенденции «макдональдизации» в отрасли туризма и гостеприимства, выражающиеся в принципах эффективности, просчитываемое™, предсказуемости и контроля [4], что выражается в росте индустрии массовых впечатлений - расширении сети тематических парков развлечений, стандартизации услуг туристских дестинаций и т.п.

Таким образом, «экономика впечатлений» в туристской отрасли сегодня сочетает в себе процессы индивидуализации и, одновременно, макдональдизации, сопряжённой с фейбукофикацией, голливудизацией и смартфонизацией. В совокупности именно эти явления формируют ожидания, моделируют впечатления (стандартизируют их?!), диктуют моду, определяют спрос.

Вопросы к обсуждению:

1. Экономика впечатлений
2. Развитие туристской территории

1. **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ**

2. РАЗДЕЛ 1. Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений и гостеприимства

3. Цели занятия.

Изучить сервисную среду экономики впечатлений

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Формирование сервисной среды в экономике впечатлений.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Давно известная проблема, заключающаяся в поиске причин того, что одним и тем же туристско-экскурсионным продуктом, потреблённым в одно и то же время в одном и том же месте, одни люди остаются довольны, а другие- нет, легко объяснима концептуальными положениями «экономики впечатлений». Вследствие важнейшего свойства турпродукта- его неосязаемости, потребитель проникается ожиданием того, что сам представил о нём в своём воображении на основании воздействия на него различных источников информации - рекламы, рассказа менеджера, друзей, отзывов в Интернете, собственного объёма знаний и представлений. Он заранее сформировал в собственном сознании тот объем ожиданий от туристско-экскурсионного продукта, за который ему стало не жалко заплатить n-ную сумму денег. Он сформировал внутреннюю готовность потребить продукт своего воображения-

ментальный образ турпродукта. Именно от этого объёма ментального образа и зависит в итоге (не)удовлетворённость клиента потреблённым турпродуктом.

Всегда ли потребитель туристско-экскурсионных услуг стремится к получению исключительно положительных эмоций и впечатлений? Большинство исследователей, изучающих индустрию впечатлений и её проявления в туристско-экскурсионной сфере, говорят о том, что приоритетом является получение исключительно положительного впечатления и положительных эмоций, забывая о том, что сегодня в тренде мрачный туризм, мемориальные дестинации, которые нацелены на ознакомление со страданиями людей, с человеческими трагедиями (например, музей Холокоста, Чернобыль и т.д.). Негативные эмоции, полученные от какой-либо дестинации, тоже в итоге являются определённым туристским опытом, впечатлением, которым человек готов делиться с другими людьми.

Процесс обеспечения туриста ожидаемым впечатлением - вполне управляемый и моделируемый. В самом общем приближении этот процесс строится в следующей последовательности: необходимо создать определённые впечатления, а затем перевести эмоциональное в рациональное, то есть в знание, которое останется у людей. Так, например, у любой экскурсии та же композиция, что у обычного художественного произведения: в ней есть завязка, развитие, кульминация, развязка. При этом динамика развития довольно сложна - это постоянные подъёмы, связанные с объектами показа, десяток отдельных микросюжетов, которые надо связать в один. В самом начале экскурсии необходимо произвести на экскурсанта(-ов) впечатление, чем-то зацепить. Потом идёт развитие сюжета со всплесками и паузами, а в конце снова необходимо яркое событие, кульминация с точки зрения показа или рассказа - так называемый WOW-эффект. Именно в развязке чаще всего отражён месседж экскурсии - то, что обязательно запомнится и создаст самое яркое впечатление от экскурсии, что будет лучше всего усвоено людьми. Аналогично может быть построена структура любого тура.

Существует два методологических подхода к анализу причинно- следственных связей в экономике туристских впечатлений.

Первый подход исходит из определения «экономики впечатлений» как экономики, ориентированной на ощущения потребителей по принципам, сформулированным ее основоположниками Дж.Б. Пайном и Дж.Х. Гилмором: современные потребители туруслуг устали от стандартизированной продукции и стремятся получить продукт/услугу, созданный специально для них, соответствующий их внутреннему миру. Для этого нужно менять маркетинговые продуктовые стратегии в сторону расширения выбора впечатлений для туристов (примеры таких стратегий - легендирование дестинаций, сторителлинг в туризме, и др.).

Второй подход исходит из выделения «потребительской цели» как базы экономики впечатлений: потребитель туруслуг ищет способы максимально полного удовлетворяя своих потребностей, одновременно ищет новые впечатления, в результате чего впечатление становится своего рода «потребительской туристской целью». По факту именно ради впечатлений туристы отправляются в различные места, именно «экономика впечатлений» формирует определённые потребности у туристов.

Туристы отличаются подходом по целям, которые они преследуют в результате путешествия [6, 7], кому-то нужно восстановление сил и его устроит пляжный отдых, а кто-то едет за впечатлениями: увидеть новое, познакомится с культурой обычаями, окунуться в темп жизни других стран, городов мест, посетить музеи в ходе интерактивной экскурсии узнать много нового и интересного. Индустрия впечатлений играет важную роль в жизни туриста!

Туриндустрия помогает продавать впечатление. Впечатление, полученное от путешествия, бывает внутренним и внешним. Внутреннее впечатление - удовлетворение результатами поездки, внешнее - соотнесение ожидания и реальности. Впечатления дополняют друг друга и создают индивидуальный туристский опыт. Туристским опытом - совокупность впечатлений или ощущений от поездки. Впечатления и эмоции определяют удовлетворённость, лояльность, приверженность, т.е. отношение посетителя как потребителя к туристкой дестинации.

Формирования впечатлений начинается не только от развлечений, экскурсий, а с первого этапа выбора путешествия. От процесса переезда к месту, пребывания в дестинации и до возвращения. Самый большой блок впечатлений турист получает от пребывания на мероприятии. Становление экономики впечатлений обуславливает продвижение не только туристских компаний, но и туристских территорий. В результате экономика впечатлений помогает в формировании туристской репутации (бренда) территорий.

Экономика впечатлений имеет сильную эмоциональная связь производителя с потребителем и ориентирована на ощущения потребителей. Современного туриста необходимо удивлять, предвосхищать его ожидания и потребности. Турист хочется не просто слушать экскурсию, смотреть на происходящее, пребывать в туре, а ещё и участвовать в какой-то интерактивной программе, сопряжённой с информационной сферой. Изучение и учёт факторов «экономики впечатлений» позволяет сегодня создавать конкурентоспособный турпродукт, становится важнейшим фактором инновационного развития в отрасли туризма и гостеприимства. Именно факторы «экономики впечатлений» в самое ближайшее будущее будут определять потребительские мотивы поведения клиентов отрасли. Это понимание важно для анализа перспектив и определения стратегий поведения туристских компаний на рынке туруслуг ближайшего будущего.

Вопросы к обсуждению:

1. Сервисная среда в экономике впечатлений

1. **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ**
2.РАЗДЕЛ 2. Эффективность управления развитием туристской территории и индустрии гостеприимства
Тема 2.1. Организация и управление туристской территории в экономике впечатлений

3. Цели занятия.
Изучить организацию и управление туристской территорией

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Управление туристской территорией в экономике впечатлений	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В связи с ограниченностью ресурсов условием, определяющим возможность реализации Стратегии, станет фокусирование усилий и концентрация поддержки государства на территориях, обладающих наибольшим туристским потенциалом для создания конкурентоспособных туристских продуктов. На приоритетных территориях, которым будет оказана поддержка, необходимо сформировать качественный специализированный туристский продукт за счет комплексного подхода к развитию туристской и обеспечивающей инфраструктуры, транспортной доступности туристских территорий, уровня качества и сервиса услуг, а также обеспечить рост инвестиционной привлекательности и безопасности туристской деятельности.

Приоритетные территории развития туризма в Российской Федерации определяются с учетом региональных различий в обеспеченности туристскими ресурсами, текущей и потенциальной роли туризма в экономике, социальной значимости развития туризма для населения Российской Федерации. С учетом Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. N 207-р, приоритетным является развитие территорий, для которых туризм определен в качестве перспективной экономической специализации.

Государственная поддержка приоритетных территорий должна формироваться на принципе наибольшего вклада в достижение целей и целевых показателей Стратегии.

Приоритетным направлением Стратегии является комплексное развитие туристских территорий, включая развитие туристской инфраструктуры, коммунальной и транспортной инфраструктуры, развитие объектов показа и других объектов индустрии туризма, благоустройство туристских территорий, в целях создания конкурентоспособного туристского продукта.

Такой подход должен способствовать синхронизации планов по созданию объектов туристской и обеспечивающей инфраструктуры, существенному снижению инвестиционных рисков для всех участников развития туристских территорий. Взаимодействие федеральных и региональных органов власти, субъектов естественных монополий и представителей туристского бизнеса при планировании развития туристских территорий приведет к снижению административных барьеров, обеспечению оптимальных условий для инвестора при подключении к инженерным и телекоммуникационным сетям.

Инструментами координации и синхронизации мер по развитию туристских территорий станут создание и реализация планов развития приоритетных туристских территорий, включающих в себя концепцию развития туристской территории, мастер-планы развития туристских территорий, перечень инфраструктурных и инвестиционных проектов и финансовую модель реализации плана развития туристской территории.

Такие планы развития туристских территорий должны являться источником прогнозных данных об объеме туристского потока, о целевых группах туристов и способах их привлечения. В рамках этой работы определяются точки входа туристских потоков в регион (или туристскую территорию), прогнозируются и обеспечиваются их пропускная способность, скорость и удобство использования инфраструктуры. Планы развития туристских территорий также должны определять требования к качеству и формату туристской инфраструктуры, состоянию городской среды и общественных пространств.

Вопросы к обсуждению:

1. Организация и управление туристской территорией

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность управления развитием туристской территории и индустрии гостеприимства

Тема2.2. Система управления туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

3. Цели занятия.

Изучить систему управления туристской территорией

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Система управлений туристской территорией в экономике впечатлений	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Мастер-планы разрабатываются в отношении всей или части территории муниципальных образований в составе туристской территории и включают территории точек притяжения, места локализации коллективных средств размещения, зоны объектов вспомогательной и транспортной инфраструктуры, обеспечивающие развитие туристской территории, и иные зоны, способствующие развитию приоритетной территории, в целях создания конкурентоспособного туристского продукта.

Мастер-план будет носить рекомендательный характер и являться основанием для внесения изменений в документы территориального планирования муниципальных образований в порядке, установленном Градостроительным кодексом Российской Федерации, а также станет неотъемлемой частью соглашений между уполномоченными федеральными органами исполнительной власти, региональными органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления муниципальных образований и другими заинтересованными организациями о создании территорий преференциального режима.

Выполнение условий соответствующих соглашений станет основанием для получения государственной поддержки и формирования специального преференциального режима на приоритетных туристских территориях. Льготы будут предоставляться резидентам территорий действия специального режима на основании соответствующих соглашений. Получить статус резидента на территории специального преференциального режима смогут те инвесторы, чьи инвестиционные проекты соответствуют плану развития туристских территорий, в том числе показателям финансовой модели, целевым показателям и локализации в соответствии с мастер-планом.

Государственную поддержку планов развития туристских территорий предусматривается осуществлять с учетом влияния их реализации на достижение целей Стратегии и объема запрашиваемых расходов бюджетов всех уровней.

Государственная поддержка плана развития туристской территории может включать формирование специального режима (территории опережающего социально-экономического развития или иные аналогичные режимы стимулирования инвестиций) с индивидуальным набором мер поддержки со стороны федеральных, региональных и муниципальных органов исполнительной власти, институтов развития Российской Федерации, в том числе возможность установления в пределах полномочий льготных налоговых ставок, выделение (резервирование) земельных участков для реализации инвестиционных проектов, субсидирование юридическим лицам (инвесторам) затрат на технологическое присоединение энергопринимающих устройств к электрическим сетям и газоиспользующего оборудования к газораспределительным сетям, за исключением муниципальных образований, на территориях которых созданы в соответствии с законодательством Российской Федерации территории опережающего социально-экономического развития, особые экономические зоны или зоны территориального развития.

Необходимо обеспечить комплексное туристское освоение территорий через включение объектов туристской инфраструктуры как целостной системы в схемы территориального планирования муниципальных районов и (или) генеральные планы городских поселений или городских округов, в том числе обеспечить участие бизнеса и профильных отраслевых объединений в подготовке и согласовании документов территориального планирования. Предоставление льгот на территории специального преференциального режима можно увязывать с утвержденными планами развития туристских территорий, закрепляя соответствующие мероприятия в соглашениях с субъектами Российской Федерации, муниципальными образованиями и инвесторами.

Вопросы к обсуждению:

1. План развития туристской территории

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. РАЗДЕЛ 3. Проектирование гостиничного предприятия как часть развития туристско-рекреационных ресурсов

Тема 3.1. Классификация туристско-рекреационных ресурсов

3. Цели занятия.
Изучить туристско-рекреационные ресурсы

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация туристско-рекреационных ресурсов	Классификация туристско-

		рекреационных ресурсов

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В любой области знаний, любой науке, отрасли хозяйства постепенное накопление знаний, фактов, опыта и т.п. неизбежно приводит к формированию отраслевых и межотраслевых классификаций. В основу каждой классификации ложатся достижения самой отрасли, достижения науки, а затем более глубокие и сложные связи ресурсов, технологий и тенденций развития самого общества.

В настоящее время существует достаточно большое количество разнообразных классификаций туристско-рекреационных ресурсов, которые различаются как по генезису, по способам использования природных и (или) социально-культурных (историко-культурных) ресурсов, так и по факторам спроса или уровню урбанизации территорий и, наконец, по видам туристско-рекреационной деятельности (занятий). Другие же классификации, наоборот, строятся исходя из различных характеристик потребителей и показателей спроса или как инструменты планирования и прогнозирования (кадастры - водный, лесной, земельный, ООПТ и др.).

Наиболее часто употребляемыми классификациями являются: генетические, топологические, по назначению, по использованию, по местоположению.

Наиболее универсальные и логичные классификации, безусловно, генетические, они строятся на основе причинно-следственных связей возникновения и структуре самого объекта (ресурса). Согласно генетической классификации, самого высокого уровня обобщения, все туристско-рекреационные ресурсы разделяются на две основные группы: природные и социогенные. К природным туристско-рекреационным ресурсам относятся все, имеющие туристско-рекреационную ценность, природные объекты и комплексы, их основные компоненты (рельеф, климат, минеральные источники, акватории, растительность и т. п.) со своими свойствами. К социогенным туристско-рекреационным ресурсам (ресурсам, созданным человеком) относятся культурные, архитектурные объекты, уникальные технические сооружения, поселения, ремесла, промыслы и т. п., а также духовное наследие человека и сам человек.

К более низкому иерархическому уровню относятся классификации туристско-рекреационных объектов и ресурсов по преобладающему назначению их использования, которые, например, могут разделяться на лечебные, оздоровительные, познавательные, спортивные, потребительские и др. В соответствии с таким назначением использования туристско-рекреационных ресурсов создаются специальные (тематические) отраслевые комплексы.

Следующим примером создания классификации туристско-рекреационных ресурсов и объектов может быть комплексная отраслевая классификация, которая отражает иерархию ресурсов в зависимости от особенностей использования. Когда один и тот же туристско-рекреационный объект (ресурс) может использоваться в различных целях (занятиях), например, водные объекты (озера, моря) могут использоваться в оздоровительных, спортивных, познавательных видах туризма в зависимости от целевых установок. При этом ясно, что чем больше видов туризма могут быть реализованы на данном объекте (территории) или с использованием конкретного ресурса, тем большим туристско-рекреационным потенциалом он соответственно обладает.

Практическая значимость классификации туристско-рекреационных ресурсов на два наиболее общих класса оправдано при решении следующих задач: планировании направлений развития туристско-рекреационной деятельности на той или иной территории, районировании крупных территорий или регионов по преобладающим типам туристско-рекреационных ресурсов и т.п. При использовании столь общей классификации туристско-рекреационных ресурсов, планировании или прогнозировании развития индустрии туризма требуется привлечение довольно большого числа дополнительной информации или информации уточняющего и углубляющего характера. Чрезвычайно полезна такая классификация, как инструмент районирования территорий и стран по специализации туризма.

Вопросы к обсуждению:

1. Термины «туризм», «рекреация», «туристские ресурсы», «рекреационные ресурсы», «туристско-рекреационные ресурсы» - их содержание, различия, сходство.

2. Определения ресурсной составляющей индустрии туризма, их комментарии.

3. Взаимосвязи отраслевого комплекса территории, его развития и туристско-рекреационного потенциала.

4. Классификационные схемы туристско-рекреационных ресурсов, принципы построения, связи.

5. Основные этапы формирования ресурсных представлений (понятий) индустрии туризма.

6. Классификации - универсальный инструмент туристской деятельности.

7. Наиболее известные классификации туристско-рекреационных ресурсов.

8. Раскройте роль и значение классификаций в различных направлениях развития отрасли.

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2.РАЗДЕЛ 3. Проектирование гостиничного предприятия как часть развития туристско-рекреационных ресурсов

Тема 3.2. Типы и виды туристского пространства

3. Цели занятия.

Изучить типы туристского пространства

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Типы туристского пространства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Широко известную в настоящее время классификацию предложил французский экономист П. Дефер. Он предположил, что основные компоненты географической оболочки планеты отражают основные туристско-рекреационные свойства, которые могут существовать как самостоятельно, так и во взаимной связи друг с другом. Схематично взаимная связь основных компонент в данной классификации иллюстрируется перекрывающимися сегментами колец (генетических типов). Некоторые типы территорий существуют совместно и во взаимной связи, хотя и относятся к различным генетическим классам: чем больше совместные сегменты, тем большим генетическим разнообразием обладают данные территории, соответственно и более высоким потенциалом.

Рассматриваемая классификация туристско-рекреационных ресурсов состоит из следующих четырех основных компонент геосферы:

- гидром - природная вода во всех агрегатных состояниях (моря, озера, реки, минеральные и термальные источники, лед, снег, а также их сочетания);

- фитом - природные ресурсы, в состав которых входит земля (леса, горы, скалы, минералы и горные породы, вулканы, а также созданные человеком парки, сады);

- литом - объекты, созданные человеком (архитектурные памятники, современные объекты различного назначения и применения);

- антропом - все виды человеческой деятельности (сам человек, его жизнь, нравы, обычаи, старинные и современные виды деятельности, промыслы, фольклор, музыка, костюмы, а также разнообразные и многочисленные произведения человека).

Согласно этой классификации некоторые части (участки, территории) геосферы или туристско-рекреационные объекты одного генетического происхождения могут существовать совместно. Границы отдельных генетических типов образуют так называемые переходные зоны (краевые зоны), которые на самом деле являются особыми природными территориальными комплексами с тесным взаимодействием нескольких основных компонент геосферы. На рис. 2.5 это иллюстрируется общими зонами (полями) переплетающихся колец, на которых совмещенные площади - это территории, обладающие ресурсами, относящимися к двум, трем и четырем группам данной классификации.

Следуя внутренней логике данной классификации, например, территории, представленные водными объектами (гидром) в сочетании с лесными массивами (фитом), принципиально являются более ценными территориями для туризма рекреации, чем, например, только водные объекты или, наоборот, только лесные массивы. В данном случае мы рассуждаем во многом формально, с точки зрения логики классификации, не привлекая дополнительную информацию о туристско-рекреационных свойствах этих конкретных природных объектов (водных или лесных), а между тем они могут обладать значительным разнообразием и весьма высокими рекреационными свойствами.

Далее, следуя логике данной классификации, могут существовать и на самом деле существуют территории, на которых тесно переплетены все генетические классы объектов.

Как следует из формы представления классификации территорий, на которых тесно переплетаются все генетические типы туристско-рекреационных ресурсов значительно меньше на Земле, чем генетически однородных, но они неизмеримо выше ценятся в туристско-рекреационной деятельности, обладая самым высоким потенциалом (из схемы) за счет разнообразия комплекса ресурсов. Примером могут служить природные памятники Всемирного наследия ЮНЕСКО, значительная часть которых включает в себя все природные генетические классы природных компонент геосферы планеты.

Таким образом, данная классификация сочетает в себе как генетическую основу, так и позволяет увидеть иерархию выделенных генетических туристско-рекреационных ресурсов в зависимости от их разнообразия. Территорий и объектов, состоящих из одного генетического комплекса, неизмеримо больше и, соответственно, их туристско-рекреационная ценность ниже (согласно классификации), а территорий и комплексов, обладающих всеми четырьмя компонентами классификации, неизмеримо меньше и, соответственно, их туристско-рекреационная ценность значительно выше.

Современный уровень развития туристско-рекреационной деятельности находит глубокие различия и в генетически однородном классе природного комплекса, естественно на более высоких иерархических уровнях, благодаря более широкой и глубокой специализации видов туризма. Например, горные страны (массивы) различного происхождения на планете

достаточно представлены на многих континентах и характеризуются наибольшим разнообразием форм и размеров рельефа, а в данной классификации представлены одним классом. На самом деле любой горный турист, с опытом, скажет, что практически нельзя найти одинаковых участков и массивов в различных (и даже одних) горных странах, они характеризуются бесконечным разнообразием соотношений форм и размеров. Именно это и является основным сущностным признаком и непреходящим стимулом посещать их всегда и находить там всегда что-то новое и интересное. Те же слова можно сказать и о других генетических классах природных объектов, они также разнообразны на более высоких иерархических уровнях, фактически на уровнях восприятия человека (объектный уровень).

В современной туристско-рекреационной деятельности наблюдается как комплексный тематический, так и узкий тематический подходы. Первый подход предполагает, прежде всего, использование различных генетических классов природных ресурсов, что позволяет организаторам создавать комплексные туры, в которых туристы удовлетворяют свои туристско-рекреационные потребности, используя множество объектов различного генетического происхождения, обладающих различными свойствами. Второй подход предполагает формирование узких тематических туров за счет более глубокого использования однородных природных ресурсов. В настоящее время технически и технологически это становится все более и более достижимо.

Вопросы к обсуждению:

1. Термины «туризм», «рекреация», «туристские ресурсы», «рекреационные ресурсы», «туристско-рекреационные ресурсы» - их содержание, различия, сходство.

2. Определения ресурсной составляющей индустрии туризма, их комментарии.

3. Взаимосвязи отраслевого комплекса территории, его развития и туристско-рекреационного потенциала.

4. Классификационные схемы туристско-рекреационных ресурсов, принципы построения, связи.

5. Основные этапы формирования ресурсных представлений (понятий) индустрии туризма.

6. Классификации - универсальный инструмент туристской деятельности.

7. Наиболее известные классификации туристско-рекреационных ресурсов.

8. Раскройте роль и значение классификаций в различных направлениях развития отрасли.

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. РАЗДЕЛ 4. Проектирование гостиничного предприятия как часть оценки туристского потенциала региона

Тема 4.1. Территориальный аспект и уровни туристского проектирования

3. Цели занятия.
Изучить территориальный аспект туристского проектирования

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Территориальный аспект и уровни туристского проектирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Туризм — одна из самых динамично развивающихся отраслей экономики России, и, разумеется, важнейшим её столпом является сеть гостиничных хозяйств. С ростом глобализации, развитием транспорта и логистики, гостиничная индустрия также претерпевает стремительные существенные изменения и характеризуется жёсткой внутренней конкуренцией в сфере предоставляемых услуг. В данной статье мы рассмотрим историю становления гостиничной индустрии в России и современное её состояние, проанализируем основные проблемы, с которыми сталкивается данный бизнес и пути их решения, а также попробуем, исходя из имеющейся информации и текущей ситуации, сделать прогноз на развитие этой сферы деятельности и её перспективы в обозримом будущем.

История развития гостиничной индустрии в России

Слово «гость» появилось в древнерусском языке в XI веке и относилось в основном к приезжим купцам. Изначально в основном именно торговцы нуждались во временном размещении по приезде на новое место. Постоялые дворы, называвшиеся на Руси ямами, появились в XII - XIII вв. Там путешественники могли отдохнуть и переменить лошадей. В XV - XIX вв. каждый желающий отправиться в дальнее путешествие должен был получить особый документ — подорожную, где необходимо было указать цель отправления и выбранную дорогу. Эта грамота давала возможность перемещаться между областями государства и менять скакунов при необходимости.

Началом истории полноценной гостиничной индустрии в России принято считать 1715-ый год, когда была построена первая придорожная гостиница. Благодаря указам Петра I гостиничная сеть в стране развивалась и разрасталась, и к концу века в России насчитывалось уже более 3 тысяч мест пребывания. В основном они располагались на почтовых трактах, при

станциях почты: туда съезжались перевозчики корреспонденции, и там же для путников содержались лошади. В крупных городах постоялые и гостиные дворы являлись также местом торговли. В первой половине XIX в. появляются постановления касательно правил содержания гостиниц. В них стали, помимо услуг размещения, предоставлять разнообразное меню из различных блюд и напитков. В начале XIX в. В стране функционировало уже около 4600 гостиниц, не считая постоялых дворов и трактиров, предоставлявших путникам комнаты.

Гостиничная отрасль расцвела пышным цветом при советской власти. С приходом национализации новые гостиницы поприветствовало 700 городов. К 60-ым годам, с восстановлением послевоенной экономики, их количество удвоилось. Развитие внутреннего туризма обеспечило строительство мотелей и кемпингов на популярных туристических маршрутах, а Олимпийские игры 80-ых были отмечены строительством огромного гостиничного комплекса «Измайлово» — мировым рекордсменом своего времени по количеству номеров. «Измайлово» до сих пор держит первенство по размерам среди европейских отелей.

Перестроечные процессы 90-ых негативно сказались на отрасли. Государственные расходы на о хозяйства сократились резко и существенно, что привело к значительному снижению количества постояльцев, ухудшению качества обслуживания и общего состояния заведений. Экономические потрясения и повышение цен на транспортные услуги привели к общему сокращению числа гостиниц и мотелей, от чего особенно пострадали муниципальные учреждения.

Созданная в 1997-ом году Российская гостиничная ассоциация занялась проблемами гостиничного бизнеса в новых рыночных реалиях. В рынок стали внедряться иностранные сети, благодаря чему усилилась конкуренция и поднялись стандарты материально-технического оснащения и обслуживания.

Современное состояние гостиничной индустрии в России

Гостиничный бизнес размеренно развивался в 00-ые и 10-ые годы и успешно «встал на ноги» после пандемии 2020-го года, однако в 2022-ом, в связи с обострением внешнеполитической обстановки на западных границах страны, отрасль столкнулась с новыми испытаниями. Ряд отраслевых сетей, принадлежащих владельцам за рубежом, покинули российский рынок или приостановили свою деятельность на территории РФ. Впрочем, данные решения не скажутся на количестве гостиничных объектов в стране, так как по большому счёту отели лишь находились под управлением иностранных компаний, а не принадлежали им напрямую. Сложившаяся ситуация приведёт к тому, что действующие гостиницы и отели либо перейдут под руководство российских компаний, либо возьмут управление в собственные руки.

Напряжённая международная обстановка влияет на приток иностранных гостей. Особенно снижение спроса со стороны иностранных граждан почувствовали на себе заведения

высокой ценовой категории. Доля и рекреационного, и делового туризма существенно упала. Загрузка постояльцами отелей класса «люкс» снизилась в 2-3 раза.

Ситуация остаётся неоднородной для отелей и гостиниц в разных категориях. Так, например, трёхзвёздочным заведениям удалось к концу 2022 года восстановиться и вернуть прежний уровень загрузки номеров. В республике Дагестан он приближается к 90%, в Московской области — к 75%. Однако в более дорогостоящих категориях, полагающихся в первую очередь на приезжих из других стран, рынок ещё не стабилизировался.

Перспективы развития гостиничной индустрии в России

Впрочем, положение гостиничной индустрии в России далеко не так плачевно, как может показаться. Эксперты склонны полагать, что нынешнее её состояние — не просто кратковременный упадок, но начало существенных изменений, первый этап в новом векторе развития, который в условиях рыночной экономики неизбежен. Описываемая сфера характеризуется существенной гибкостью, что позволяет ей успешно подстраиваться под меняющуюся экономическую ситуацию в стране, а характер бизнеса позволяет изменять тарифы даже на ежедневной основе.

Отрасль получает поддержку со стороны государства, в частности, обнуление ставки НДС во втором полугодии в 2022 году. В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» предпринимаются меры по дальнейшему укреплению отельного бизнеса, в особенности, субсидированная процентная ставка на постройку и улучшение уже существующих отелей, выделение грантов на гражданские инициативы по приобретению оборудования, обустройство загородных мест для кемпинга и, разумеется, разработка поддерживающей инфраструктуры для различных гостевых комплексов. Правительственная программа по выдаче льготных кредитов на создание отельных объектов уже даёт свои плоды, и благодаря ей, по многим проектам уже ведутся работы.

Появление личного транспорта у большого числа граждан и ограниченные возможности для зарубежных поездок в отпуск приводят к тому, что растёт спрос на загородные места отдыха, расположенные недалеко от городов. Из-за санкций и различных ограничений многие граждане, планировавшие провести отдых за границей, предпочли отпуск внутри страны, в результате чего с оживлённым потоком людей столкнулись даже не популярные ранее направления. Надо отметить, что в современных реалиях общая тенденция для России — появление гостевых домов и мини-отелей с весьма демократичной ценовой политикой.

Вопросы к обсуждению:

1. Перспективы развития туризма в России.
2. Современное состояние гостиничной индустрии
3. История развития гостиничной индустрии в России

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. РАЗДЕЛ 4. Проектирование гостиничного предприятия как часть оценки туристского потенциала региона

Тема 4.2. Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий

3. Цели занятия.

Оценить туристско-рекреационный потенциал территорий

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

По состоянию на 2023 год активно обсуждаются меры, способствующие развитию именно внутренних туристических маршрутов. По оценкам экспертов, в среднем, отельный бизнес стабилизировался ко второй половине 2022-го года. Возможности отдыха за рубежом у россиян остаются ограниченными, но растёт спрос на туризм по России. Наиболее привлекательными для туристов остаются Центральный и Западный федеральный округа. Также предпочитаемыми регионами отдыха для граждан страны являются Карелия, Ленинградская область, Алтайский Край. Республика Крым же сдала позиции в сферах гостиничной индустрии и туризма: за год поток туристов упал на 60%. В целом, стоит ожидать, что именно рост туризма внутри страны станет основным толчком для развития гостиничной отрасли и убережет её от стагнации.

Рынок букинга также претерпевает изменения в последнее время. В 2022 году резко увеличился уровень прямых продаж номеров, через сайты гостиниц и отелей, и составил 52%. Рынку брони явно стоит ждать перемен и новых игроков на арене в связи с событиями начала года: по оценке гендиректора TravelLine Александра Галочкина, будут появляться новые OTA (Online Travel Agency) и новые способы бронирования номеров – через социальные сети, мессенджеры и т.д.

В рамках программы «Развитие туризма» был создан сайт (Туризм.рф) и введена программа кэшбека для владельцев карты «Мир». Программы лояльности и особые условия для постоянных гостей станут важным средством борьбы за положение на гостиничном рынке,

считает директор TravelLine Александр Галочкин. Подобные программы будут привлекать новых путешественников и лишат их соблазна обратиться к конкурентам.

Проблемы гостиничной индустрии в России

И всё же не стоит забегать вперёд: хотя прогнозы оптимистичны, индустрия сталкивается с трудностями, которые необходимо решить для возможности дальнейшего развития.

Малым объектам размещения зачастую не хватает финансовой поддержки от государства. Хотя государственные программы по поддержке туристической отрасли пошли индустрии на пользу, небольшие отели и гостиницы, создающие потенциал для загородного туризма, отступают на второй план по сравнению с проектами, рассчитанными на 100 комнат и больше. Гостиничному бизнесу всё ещё необходима поддержка властей, малому бизнесу в этой сфере функционировать непросто, а уже построенные объекты теряют свой потенциал.

Немаловажной проблемой является и недостаточно развитая транспортная инфраструктура, являющаяся одним из основных факторов в выборе места для проведения отдыха и, таким образом, определяющая загруженность отелей. Индустрии необходимо создание альтернативных маршрутов к местам отдыха и поддержка перевозчиков.

Лев Крошкин, директор управляющей компании «Отель менеджмент», критикует программу «Развитие туризма», считая, что она слишком опосредованно влияет на отрасль. Он также указывает на то, как запрет на классификацию жилых объектов, принятый ещё в апреле 2019-го года, привёл к снижению контроля оказываемых услуг в малых гостевых домах. Особенно эта поправка затронула популярные курортные направления, в частности – Крым. Эксперты из Radisson Hotel Group полагают, что существующему гостиничному фонду может потребоваться программа реновации.

Отели класса «люкс», столкнувшиеся с недостаточной загрузкой, успешно справляются с трудностями, компенсируя недостаток постояльцев повышением тарифов. Благодаря программе кредитов по льготной ставке в 5%, в Подмосковье уже возник спрос на строительство отелей высоких ценовых сегментов.

Снижение потока зарубежных туристов, весьма сказавшееся на загруженности высокоценовых отелей, приведёт к повороту в сторону Ближнего Востока и Азии. Ожидается, что китайские туристы станут основными гостями отелей в больших городах и, таким образом, компенсируют недостаточную загрузку.

Итог

Сейчас гостиничная отрасль в России претерпевает стремительные изменения на фоне происходящих во внешней и внутренней политике событий. Индустрия пережила уход большого числа зарубежных компаний с гостиничного рынка и падение доли иностранных туристов, особенно перемены коснулись курортных и туристических зон на западных границах. Однако перемены на рынке открывают большие возможности для развития малого

гостиничного бизнеса и внутреннего туризма, раскрытия богатого рекреационного потенциала нашей страны. Расширение внутреннего туризма приведёт к созданию новых направлений, зарождается потенциал для строительства мест активного отдыха и локальных рекреационных центров.

От международных брендов потребитель неизбежно перейдёт к российским, что подстегнёт развитие локальных операторов. Поддержка государства обеспечивает функционирование существующих отелей и гостиниц, а также поощряет создание новых. Ожидается, что в обозримом будущем, в связи со снижением напряжённости на международной арене, удастся вернуть, хотя бы отчасти, поток иностранных туристов с запада, пока что главная ставка делается на приезжающих из стран востока.

В ближайшие годы мы увидим не только количественные, но и качественные перемены, развитие инфраструктуры мест отдыха, расширение оказываемых услуг и технологий взаимодействия с клиентами.

Вопросы к обсуждению:

1. Проблемы гостиничной индустрии в России
2. Перспективы развития туристских территорий в России

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. Раздел 1. Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма

3. Цели занятия.

Изучить состав экономики впечатлений.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Тема практического занятия 1.1: Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Анализ теоретико-методологической базы, касающейся экономики впечатлений.
2. Изучение и анализ эволюции концептов Experience Economy
3. Анализ эволюции экономических трендов от ориентации на услуги к
4. ориентации на ощущения, впечатления.
5. Изучение и анализ трендов в системе глобального туризма.
6. Поиск принципиальных отличий традиционного маркетинга от
7. маркетинга взаимодействий.
8. Анализ и характеристика потенциала экономики впечатлений
9. Технологии анализа качества ощущений в туризме.
10. Глобализация рынка и туризм как мир ощущений.

1. **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ**

2. РАЗДЕЛ 1. Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений и гостеприимства

3. Цели занятия.

Изучить сервисную среду в сфере экономики впечатлений

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений и гостеприимства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Требования к выполнению практического задания:

Тема практического занятия 1.1: Развитие туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Новые тренды туризма
2. Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов
3. Изучение основных терминов по теме «Инсценирование в туризме».
4. Изучение аспектов инсценирования.
5. Изучение инструментов инсценирования.
6. Изучение опыта инсценирования в туризме на основе международной практики: города, страны, туристские центры.
7. Инструменты инсценирования в деталях
8. Анализ выбранной страны с позиции развития туризма впечатлений.
9. Анализ особенностей менеджмента впечатлений в выбранной стране.
10. Анализ опыта инсценирования в выбранной стране

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2.РАЗДЕЛ 2. Эффективность управления развитием туристской территории и индустрии гостеприимства

Тема 2.1. Организация и управление туристской территории в экономике впечатлений

3. Цели занятия.

Определить место управления туристской территорией в экономике впечатлений

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организация и управление туристской территории в экономике впечатлений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Внутренний туризм как приоритетное направление отрасли
2. Рынок MICE

3. Внутренний событийный туризм
4. Особенности туроперейтинга мега-событий в экономике впечатлений
5. Особенности формирования турпродукта в оздоровительном внутреннем туризме
6. Дестинации оздоровительного туризма
7. Диверсификация внутреннего турпродукта в устойчивом туризме
8. Овер-туризм
9. Осознанный спрос и экологичность внутреннего туризма
10. Программно-целевой метод развития и управления внутренним туризмом
11. Туризм как отрасль региональной экономики
12. Реализация проектов в сфере внутреннего туризма посредством государственно-частного партнерства
13. Планирование и оценка эффективности продвижения внутреннего турпродукта
14. Управление развитием внутреннего туризма на основе проектного подхода
15. Моделирование развития внутреннего туризма в дестинации
16. Опыт продвижения туристской дестинации в цифровой экономике
17. Цифровой опыт.
18. Цифровой туристско-информационный центр

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ
2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность управления развитием туристской территории и индустрии гостеприимства

Тема 2.2. Система управления туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве

3. Цели занятия.
Изучить систему управления туристской территории

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Система управления туристской территории в экономике впечатлений и гостеприимстве.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: реферат
Темы рефератов:
1. Внутренний туризм как приоритетное направление отрасли
2. Рынок MICE
3. Внутренний событийный туризм
4. Особенности туроперейтинга мега-событий в экономике впечатлений
5. Особенности формирования турпродукта в оздоровительном внутреннем туризме
6. Дестинации оздоровительного туризма
7. Диверсификация внутреннего турпродукта в устойчивом туризме
8. Овер-туризм
9. Осознанный спрос и экологичность внутреннего туризма
10. Программно-целевой метод развития и управления внутренним туризмом
11. Туризм как отрасль региональной экономики

12. Реализация проектов в сфере внутреннего туризма посредством государственно-частного партнерства
13. Планирование и оценка эффективности продвижения внутреннего турпродукта
14. Управление развитием внутреннего туризма на основе проектного подхода
15. Моделирование развития внутреннего туризма в дестинации
16. Опыт продвижения туристской дестинации в цифровой экономике
17. Цифровой опыт.
18. Цифровой туристско-информационный центр

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. РАЗДЕЛ 3. Проектирование гостиничного предприятия как часть развития туристско-рекреационных ресурсов

Тема 3.1. Классификация туристско-рекреационных ресурсов

3. Цели занятия.
Изучить туристско-рекреационные ресурсы

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация туристско-рекреационных ресурсов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: реферат
Темы рефератов:
1. Классификация туристско-рекреационных ресурсов.
2. Природные туристско-рекреационные ресурсы.
3. Градация природно-рекреационных ресурсов.
4. Вовлечение природных ресурсов в процесс туристско-рекреационной деятельности.
5. Физические, биологические и комплексные природные рекреационные ресурсы.
6. Анализ климатических ресурсов регионов для организации туризма.
7. Гидрологические ресурсы и возможности их использования в целях отдыха и туризма.
8. Минеральные источники, целебные грязи.
9. Понятие антропогенной нагрузки. Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы.
10. Классификация культурно-исторических рекреационных ресурсов.
11. Принципы рекреационного освоения культурно-исторических объектов.
12. Объекты всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в России.
13. Значение культурного ландшафта в сохранении культурного и природного наследия.
14. Типы и виды туристского пространства, экономическое пространство.
15. Анализ социально-экономических факторов, влияющих на развитие туризма.
16. Информационные туристско-рекреационные ресурсы.

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. РАЗДЕЛ 3. Проектирование гостиничного предприятия как часть развития туристско-рекреационных ресурсов

Тема 3.2. Типы и виды туристского пространства

3. Цели занятия.

Изучить типы туристского пространства

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Типы и виды туристского пространства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Классификация туристско-рекреационных ресурсов.
2. Природные туристско-рекреационные ресурсы.
3. Градация природно-рекреационных ресурсов.
4. Вовлечение природных ресурсов в процесс туристско-рекреационной деятельности.
5. Физические, биологические и комплексные природные рекреационные ресурсы.
6. Анализ климатических ресурсов регионов для организации туризма.
7. Гидрологические ресурсы и возможности их использования в целях отдыха и туризма.
8. Минеральные источники, целебные грязи.
9. Понятие антропогенной нагрузки. Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы.
10. Классификация культурно-исторических рекреационных ресурсов.
11. Принципы рекреационного освоения культурно-исторических объектов.
12. Объекты всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в России.
13. Значение культурного ландшафта в сохранении культурного и природного наследия.
14. Типы и виды туристского пространства, экономическое пространство.
15. Анализ социально-экономических факторов, влияющих на развитие туризма.
16. Информационные туристско-рекреационные ресурсы.

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. РАЗДЕЛ 4. Проектирование гостиничного предприятия как часть оценки туристского потенциала региона

Тема 4.1. Территориальный аспект и уровни туристского проектирования

3. Цели занятия.

Изучить территориальный аспект туристского проектирования

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Территориальный аспект и уровни туристского проектирования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: реферат
Темы рефератов:

1. Центральный район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
2. Западный район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
3. Верхневолжский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
4. Уральский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
5. Обско-Алтайский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
6. Енисейский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
7. Прибайкальский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
8. Дальневосточный район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
9. Азиатский север России: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.
10. Кавказско- Черноморский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЛАНЕ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

2. РАЗДЕЛ 4. Проектирование гостиничного предприятия как часть оценки туристского потенциала региона

Тема 4.2. Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий

3. Цели занятия.
Изучить оценку туристско-рекреационного потенциала территорий

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Требования к выполнению практического задания:

Форма практического задания: реферат
Темы рефератов:

1. Центральный район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

2. Западный район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

3. Верхневолжский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

4. Уральский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

5. Обско-Алтайский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

6. Енисейский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

7. Прибайкальский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

8. Дальневосточный район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

9. Азиатский север России: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

10. Кавказско- Черноморский район: географическое положение, природные условия, биоклимат, туристический и рекреационный потенциал.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕХНОЛОГИИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными ОВЗ и инвалидностью

Цели занятия: рассказать о поддержке образования для всех слоёв населения, уделяя особое внимание снятию препятствий для участия в обучении студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Классификации и особенности лиц с нарушениями слуха, зрения, речи, опорно-двигательного аппарата, соматическими заболеваниями, интеллектуальными нарушениями, расстройства аутистического спектра, синдром дефицита внимания и гиперактивность, сложные нарушения развития.

Инклюзивное (франц. inclusif – включающий в себя, от лат. include – заключаю, включаю) или включенное образование – термин, используемый для описания процесса обучения детей с особыми потребностями в общеобразовательных (массовых) школах. В основу инклюзивного образования положена идеология, которая исключает любую дискриминацию детей, которая обеспечивает равное отношение ко всем людям, но создает особые условия для детей, имеющих особые образовательные потребности. Инклюзивное образование - процесс развития общего образования, который подразумевает доступность образования для всех, в плане приспособления к различным нуждам всех детей, что обеспечивает доступ к образованию для детей с особыми потребностями.

Обоснование необходимости инклюзивного образования:

- обязательства по правам человека и правам детей должны рассматриваться в равной степени;
- анализ того, что отвечает истинным интересам каждого ребенка, определяет, что именно является для него благом. Факты говорят, что институционная (например, в интернатах, школах-интернатах) опека далеко не всегда отвечает интересам опекаемых людей;
- анализ данных говорит о том, что социальные услуги улучшаются в результате того, что становятся более гибкими и адаптируемыми.

Ключевые принципы инклюзивного образования:

- дети ходят в местный (находящийся рядом с домом) детский сад и школу;
- программы раннего вмешательства осуществляются на основе принципа инклюзии и готовят к интегративному (в российской практике "комбинированному") детскому саду. Все дети со специальными нуждами в обучении должны иметь право на место в детском саду;
- все дети участвуют во всех мероприятиях, где класс и школьная среда (спортивные мероприятия, представления, конкурсы, экскурсии и пр.) являются инклюзивными;
- индивидуальное детское обучение поддерживается совместной работой учителей, родителей и всеми теми, кто может оказать такую поддержку;
- инклюзивное образование, если оно основано на правильных принципах, помогает предотвратить дискриминацию в отношении детей и поддерживает детей с особыми потребностями в их праве быть равноправными членами своих сообществ и общества в целом

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Особенности взаимодействия и правила общения с людьми, имеющими ОВЗ и инвалидность

Цели занятия: Ознакомить с основными нормами этики и общения с инвалидами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Этика построения коммуникации с людьми, имеющими нарушения слуха, зрения, речи, опорно-двигательного аппарата, интеллектуальными нарушениями, расстройства аутистического спектра, синдром дефицита внимания и гиперактивность, сложные нарушения развития.

Основные нормы этики, которыми должны обладать все
лица, занятые проблемами инвалидности и инвалидов:
- ответственное отношение к людям и выполняемой работе;
- коммуникабельность, непредвзятость, корректность по отношению ко всем инвалидам;
- вежливость, внимательность, отзывчивость, способность отстоять собственное мнение без вступания в споры и оскорбления;
- умение слушать и слышать человека, учитывая его запросы, интересы, настроения;
- умение находить нужный тон, целесообразную форму общения в зависимости от индивидуальных особенностей человека;
- доброжелательность, способность непринужденно и увлекательно вести беседу, охотно помогать в решении проблемы;
- терпимость, эмоциональная уравновешенность, контроль над своими эмоциями, их проявлениями;
- порядочность и строгое соблюдение конфиденциальности;
- общительность, личное обаяние, приятная внешность.

Тема лекционного занятия: Тема 2.1. Нормативная и правовая база
обеспечения равных прав и возможностей инвалидам и лицам с ОВЗ
Цели занятия: рассказать о документах, которые составляют нормативно-правовую базу в области образования детей с ограниченными возможностями здоровья в Российской Федерации
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Международные акты о правах инвалидов. Законодательные акты Российской Федерации, содержащие основные права людей с инвалидностью. Региональные гарантии прав инвалидов. Конвенция о правах инвалидов (ООН). Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в РФ». Федеральный закон от 1.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов». Постановление от 29.03.2019 года № 363 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Доступная среда" (до 2025 года).
Нормативно-правовую базу в области образования детей с ограниченными возможностями здоровья в Российской Федерации составляют документы нескольких уровней:

- **международные** (подписанные СССР или Российской Федерацией);
- **федеральные** (Конституция, законы, кодексы – семейный, гражданский и др.);
- **правительственные** (постановления, распоряжения);
- **ведомственные** (Министерства образования СССР и Российской Федерации);
- **региональные** (правительственные и ведомственные).

Тема лекционного занятия: Тема 2.2. Техническое обеспечение возможностей лиц с ОВЗ
Цели занятия: Рассказать об использовании современных технологий и авторских дидактических средств, способов работы по формированию универсальных учебных действий
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Создание безбарьерной среды для людей с инвалидностью в образовательных организациях, учреждениях социальной защиты населения, медицинских организациях, учреждениях культуры.
Технологии в образовании - это объединение психологических и педагогических позиций, определяющих специальный набор и составление методов, форм, средств и приемов в учебно-воспитательном процессе. По словам Дмитрия Сергеевича Лихачева «педагогическая технология-это организационно – методический инструментарий педагогического процесса». Игорь Павлович Волков под «педагогической технологией» понимал описание прцессов достижения планируемых целей обучения.

К педагогическим технологиям можно отнести:
-проблемное, разноуровневое обучение;
-проектные и исследовательские методы обучения;
-лекционно-семинарско-зачѐтная система;
-технология использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр;
-обучение в сотрудничестве;
-информационно - коммуникационные технологии;
-здоровьесберегающие технологии.
Применяемая технология в образовании относительно лиц с ОВЗ связана с тем или иным типом нарушения: дети с нарушением слуха, со зрительным дефектом, с тяжелыми нарушениями речи, с нарушением функций опорно-двигательного аппарата, с задержкой психического развития, с нарушением интеллекта и эмоционально-волевой сферы. У таких детей существуют особые образовательные потребности.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ЧЕЛОВЕК С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В ИНКЛЮЗИВНОМ ОБЩЕСТВЕ
Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными ОВЗ и инвалидностью
Форма практического задания: презентация.
Перечень тем презентаций к разделу 1:

1. Психолого-педагогическая характеристика и этика построения коммуникации с людьми, имеющими нарушения:
2. Зрения;
3. Слуха;
4. Речи;
5. Опорно-двигательного аппарата;

Тема 1.2. Особенности взаимодействия и правила общения с людьми, имеющими различные ОВЗ и инвалидность

1. Интеллектуальные нарушения;
2. Расстройство аутистического спектра;
3. Синдром дефицита внимания и гиперактивность;
4. Сложные нарушения развития.

РАЗДЕЛ 2. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИНКЛЮЗИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
Тема 2.1. Нормативная и правовая база обеспечения равных прав и возможностей инвалидам и лицам с ОВЗ

Форма практического задания: доклад с презентацией

Подготовьте презентацию с примерами нарушений принципов проектирования градостроительной и архитектурной среды в современном городе (фото, видео личных наблюдений) (опираясь на законодательство, расскажите, как должно быть правильно).
Презентуйте одно техническое средство обеспечения доступности с подробным описанием его устройства и представлением ассортиментного ряда подобных устройств.

Примерный перечень тем докладов к разделу 2:

Примерный перечень тем докладов к разделу 2:

Опыт создания безбарьерной среды ОАЭ

Опыт создания безбарьерной среды Японии

Опыт создания безбарьерной среды Кореи

Опыт создания безбарьерной среды США

Опыт создания безбарьерной среды Канады

Опыт создания безбарьерной среды Великобритании

Опыт создания безбарьерной среды Германии

Опыт создания безбарьерной среды Франции

Тема 2.2. Техническое обеспечение возможностей лиц с ОВЗ

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Модуль 1	
Раздел 1. Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Написание эссе
Раздел 2. Концептуальные основы инклюзивной культуры	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата (доклада)

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной подготовки к Разделу 1:

1. Типологические особенности лиц с нарушениями органов зрения, слуха.
2. Типологические особенности лиц с нарушениями речи.
3. Типологические особенности лиц с задержкой психического развития, с детским церебральным параличом.
4. Типологические особенности лиц с интеллектуальным нарушением.
5. Типологические особенности лиц со сложными нарушениями развития.

Перечень тем эссе к разделу 1 на выбор:

1. Мой одноклассник с ограниченными возможностями здоровья.
2. Персонаж мировой художественной культуры (фильм, мультфильм, книга) с ограниченными возможностями здоровья, который мне запомнился/нравится.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной подготовки к Разделу 2:

1. Типологические особенности лиц с расстройством аутистического спектра, с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.
2. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими нарушения органов слуха и/или зрения, нарушениями речи.
3. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими церебральный паралич, имеющими иные нарушения двигательного аппарата.
4. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими интеллектуальные нарушения, имеющими расстройство аутистического спектра, имеющими синдром дефицита внимания и гиперактивность.
5. Особенности взаимодействия и правила общения с лицами, имеющими сложные нарушения развития.
6. Международные акты о правах инвалидов.
7. Законодательные акты Российской Федерации, содержащие основные права людей с инвалидностью.
8. Региональные гарантии прав инвалидов.

Перечень тем рефератов к разделу 2:

1. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих нарушения слуха.
2. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих нарушения зрения.
3. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих нарушения речи.
4. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих церебральный паралич.
5. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих интеллектуальные нарушения.
6. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих расстройство аутистического спектра.
7. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих синдром дефицита внимания и гиперактивность.
8. Существенные барьеры и пути их преодоления для лиц, имеющих сложные нарушения развития.

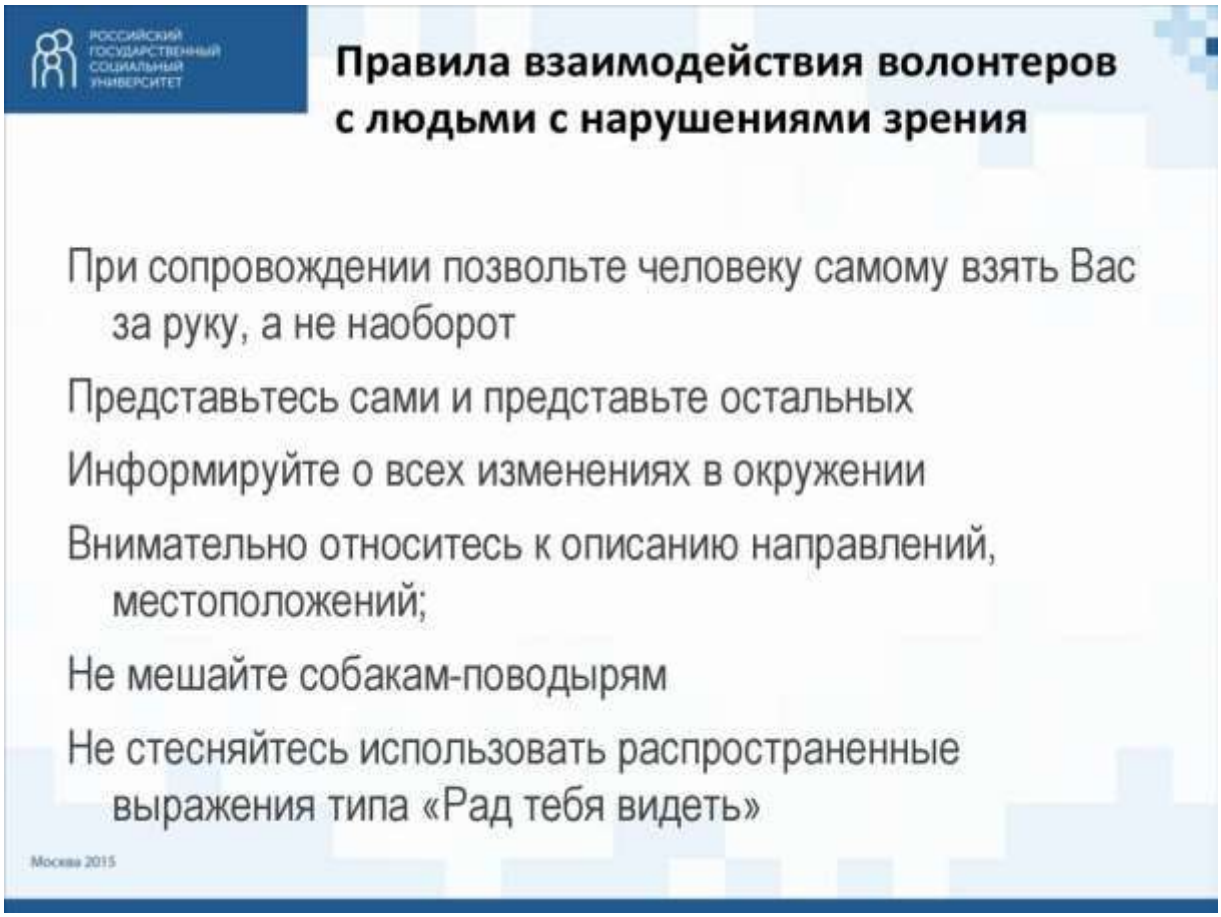
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Человек с инвалидностью в инклюзивном обществе.

Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными ОВЗ и инвалидностью.

Тема 1.2. Особенности взаимодействия и правила общения с людьми, имеющими различные ОВЗ и инвалидность.

ПРАВИЛА ЭТИКЕТА ПРИ ОБЩЕНИИ С ИНВАЛИДАМИ, ИМЕЮЩИМИ НАРУШЕНИЕ СЛУХА
Разговаривая с человеком, у которого плохой слух, смотрите прямо на него. Ваш собеседник должен иметь возможность следить за выражением вашего лица.
Существует несколько типов и степеней глухоты. Соответственно, существует много способов общения с людьми, которые плохо слышат. Если вы не знаете, какой предпочесть, спросите у них.
Некоторые люди могут слышать, но воспринимают отдельные звуки неправильно. В этом случае говорите более громко и четко, подбирая подходящий уровень. В другом случае понадобится лишь снизить высоту голоса, так как человек утратил способность воспринимать высокие частоты.
Чтобы привлечь внимание человека, который плохо слышит, назовите его по имени. Если ответа нет, можно слегка тронуть человека или же помахать рукой.
Говорите ясно и ровно. Не нужно излишне подчеркивать что-то.
Если вас просят повторить что-то, попробуйте перефразировать свое предложение. Используйте жесты.
Убедитесь, что вас поняли. Не стесняйтесь спросить, понял ли вас собеседник.


РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Правила взаимодействия волонтеров с людьми с нарушениями зрения
При сопровождении позвольте человеку самому взять Вас за руку, а не наоборот
Представьтесь сами и представьте остальных
Информируйте о всех изменениях в окружении
Внимательно относитесь к описанию направлений, местоположений;
Не мешайте собакам-поводырям
Не стесняйтесь использовать распространенные выражения типа «Рад тебя видеть»
Москва 2015

Тема 2.1. Нормативная и правовая база обеспечения равных прав и возможностей инвалидам и лицам с ОВЗ.

Тема 2.2. Технологии возможностей и безбарьерной среды.

Основные структурно-функциональные зоны					
Территория прилегающая к зданию детского сада	**Доступно**	**Доступно**	**Доступно**	**Доступно**	**Доступно**
Вход в здание	**Недоступно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Недоступно**	**Доступно условно**
Пути движения внутри здания	**Недоступно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Недоступно**	**Доступно условно**
Зона целевого назначения	**Недоступно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Недоступно**	**Доступно условно**
Санитарно-гигиенические помещения (туалет)	**Недоступно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Недоступно**	**Доступно условно**
Система информации и связи	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**
Пути движения к объекту (от остановки транспорта)	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**	**Доступно условно**
Парковочное место	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**	**Недоступно**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ) ВВЕДЕНИЕ В АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоениеобучающимся дисциплины (модуля)предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт TimesNewRoman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура TimesNewRoman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт TimesNewRoman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практическогозадания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом TimesNewRoman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.

2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.

3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Основные понятия современных глобальных информационных систем. Источник информации в современном понимании. Модель компьютерной системы. Подсистемы или компоненты компьютерной системы. Компьютерная система и системный аналитик. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений. Сущность, принципы, общие методы, законы информационно-аналитической работы. Модель вычислительной системы, принадлежащей фон Нейману. Понятие субъектов и объектов компьютерной системы. Отличие понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека». Источники информации и их свойства. Аналитика в глобальных сетях. Этапы проведения системных исследований с использованием информационных систем. Обзор поисковых систем. Профессиональный поиск, как составная часть работы аналитика. Способы, которыми поисковые машины выполняют свои функции.

Тема лекционного занятия: Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.

2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.

3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Связь математики и современных инструментов анализа данных. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных. Практическое значение производной и интеграла. Алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга. Методы линейной регрессии и сингулярного разложения. Связь собственных чисел с матричными разложениями PCA и SVD. Размерность больших данных и их визуализация. Теорема Байеса и другие формулы теории вероятностей, понятие A/B-тест, доверительный интервал и бутстрап. Понятие системы, характеристика основных определений системы, свойства и структура систем. Понятие системного анализа и его основные принципы. Виды категорий системного анализа. Основные представления системного анализа как методологии решения проблем.

Тема лекционного занятия: Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Этапы проведения системных исследований. Три рабочие фазы проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации. Декомпозиция поискового запроса. Дополнительный поиск и перекрестные проверки для подтверждения достоверности полученных данных. Средства контроля достоверности информации. Подготовка заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ. Дополнительные требования профессионального поиска в Интернете: полнота, достоверность, скорость. Основная задача поисковых систем. Условное разделение поисковых систем на два класса. Три основных и принципиально одинаковых функций работы поисковых машин. Специальная программа-робот спайдер (spider, паук) для построения списка слов, найденных на странице. Работа поисковой машины на примере. Обзор поисковых систем. Рекомендации по практическому нахождению информации с помощью поисковых систем. Дополнительные операторы, позволяющие получить дополнительную информацию о поиске. Работа с различными числовыми данными.

Тема лекционного занятия: Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие информации. Информационный канал. Подходы к определению информации. Теория К. Шеннона. Основные аспекты теории информации. Источник информации. Первичные источники информации. Вторичные источники информации. Классификация информационных ресурсов сети Интернет. Структура источников деловой информации. Основные критериальные характеристики информационного поиска. Оценки результатов поиска информации. Информация из поискового массива. Закон целевой достаточности информации. Дискретные и непрерывные сообщения, передатчик, канал передачи, приемник, получатель. Кибернетико-

семиотический подход к теории информации. Структурно-синтаксический, логико-семантический и прагматический аспекты природы информации. Прагматический аспект понятия «информации». Оценка достоверности информации по схеме Кента. Категории альтернативных источников информации. Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

Тема лекционного занятия: Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие больших данных. Направления применения больших данных. История развития наукометрии. Наукометрическая база данных. Какие наукометрические базы данных есть в России. Основные наукометрические показатели. Виды научных баз данных. Библиометрия как научная дисциплина. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Использование "индексов цитирования "для оценки результативности научной деятельности. Цель РИНЦ. Обзоры наукометрических индикаторов и ресурсов. Основные задачи, которые решает проект РИНЦ. Международные наукометрические базы данных. Что означает "геолокация". Практическое применение геолокации. Как работает геолокация. Геопозиция: что такое и как она определяется. Методы определения геопозиции.

Тема лекционного занятия: Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Наилучшее определение категории Большие данные (BigData). Большие данные и бизнес-аналитика. Методики анализа больших данных. Метод преобразования и сравнения текстовой информации. Инструменты и способы анализа текстовой информации. Типовая функцио-

нальная архитектура системы текстовой аналитики. Четыре фактора, влияющих на выбор системы анализа текстовой информации.

Тема лекционного занятия: Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Виды научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных (по степени специфичности методов, сопряженной с погруженностью в конкретные проблемы). Дисперсионный анализ. Цель и сущность. Методы статистического анализа текста. Частотной анализ. Ранжирование данных. Закон Бредфорда-Ципфа. Контент-анализ. История появления контент-анализа. Процедура контент-анализа. Сбор и первичная обработка данных контент-анализа. Интерпретация и синтезирование результатов. Виды контент-анализа. Назначение контент-анализа.

Тема лекционного занятия:Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску

Цели занятия:

1. Сформировать понимание реальных возможностей современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы.
3. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска и поисковых механизмах, о приемах пользования ими.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Принцип работы современного машинного перевода. Автоматизированный и машинный переводы. Системы автоматизированного перевода. Условные категории задач обработки текста. Извлечение смысла. Неструктурированные данные. Анализ неструктурированных данных. Автоматическая обработка текстов (АОТ). Компьютерная лингвистика. Методы машинного обучения, статистического анализа. модель Маркова, логические модели и модификации этих методов с учетом специфики Больших Данных. Джорджтаунский эксперимент. Задачи компьютерной лингвистики. Анализ и градация мнений. Анализ тональности высказываний. Классификация текстов по темам. Генерация речи. Ведение диалога. Проверка правописания. Извле-

чение смысла из текста. Поиск ответов на вопросы. Классификация системы АОТ. Мультиязычные системы. Три способа реализации мультиязычности.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение модели компьютерной системы (КС).
2. Назовите задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений.
3. Сформулируйте сущность и принципы информационно-аналитической работы.
4. Выделите и раскройте три рабочие фазы при проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
5. Сформулируйте важнейшие свойства субъектов и объектов, которые относятся к числу системообразующих компонентов компьютерной системы.
6. Сравните поисковые системы для поиска информации в интернете.

Тема занятия: Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных.
2. Раскройте содержание теоремы Байеса и других формул теории вероятностей.
3. Расскажите практическое значение производной и интеграла.
4. Опишите алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга.
5. Дайте определение системного анализа и сформулируйте его основные принципы.
6. Назовите виды категорий системного анализа.

Тема занятия: Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите этапы проведения системных исследований. Опишите три рабочие фазы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
2. Сформулируйте основную задачу поисковых систем. Обзор поисковых систем.
3. Покажите работу поисковой машины на примере системы.
4. Опишите средства контроля достоверности информации.
5. Выполните подготовку заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ.

Тема занятия: Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Раскройте понятие информации, информационного канала. Перечислите подходы к определению информации.
2. Что такое первичные и вторичные источники информации.
3. Назовите критерии характеристик информационного поиска.
4. Опишите теорию К.Шеннона.
5. Выполните оценку результатов поиска информации.
6. Сформулируйте закон целевой достаточности информации.

Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

Тема занятия: Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение понятия Больших данных.
2. Проанализируйте области применения Больших данных.
3. Расскажите историю развития наукометрии.
4. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины.
5. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях.
6. Перечислите наукометрические базы данных в России.
7. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ.
8. Расскажите о геолокации и геопозиции. Покажите их соотношение друг с другом.

Тема занятия: Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Выполните сравнительную характеристику категорий "Большие данные и бизнес-аналитика".
2. Опишите Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
3. Назовите инструменты и способы анализа текстовой информации.
4. Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации.

Тема занятия: Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение статистического анализа информации.
2. Расскажите о видах научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных.

3. Опишите методы статистического анализа текста.

4. В чем заключается цель и сущность дисперсионного анализа

5. Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа.

Тема занятия: Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску

Форма практического задания: семинар

Вопросы для самоподготовки:

1. Расскажите о развитии систем машинного перевода. Что такое Джорджтаунский эксперимент.

2. В чем отличие машинного(автоматического) перевода от автоматизированного перевода.

3. Назовите основные направления развития систем машинного перевода (MachineTranslation, MT).

4. Раскройте содержание понятия Системы автоматизированного перевода.

5. Расскажите о принципах безопасного внедрения мультиязычности и тонкостях ее настройки.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Аналитическая работа в глобальных сетях и информационных системах.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. Работа с большими данными	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Дайте определение модели компьютерной системы (КС).

2. Назовите задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений.

3. Сформулируйте сущность и принципы информационно-аналитической работы.

4. Выделите и раскройте три рабочие фазы при проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.

5. Сформулируйте важнейшие свойства субъектов и объектов, которые относятся к числу системообразующих компонентов компьютерной системы.

6. Сравните поисковые системы для поиска информации в интернете.

7. Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных.

8. Раскройте содержание теоремы Байеса и других формул теории вероятностей.

9. Расскажите практическое значение производной и интеграла.

10. Опишите алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга.

11. Дайте определение системного анализа и сформулируйте его основные принципы.

12. Назовите виды категорий системного анализа.

13. Назовите этапы проведения системных исследований. Опишите три рабочие фазы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.

14. Сформулируйте основную задачу поисковых систем. Обзор поисковых систем.

15. Покажите работу поисковой машины на примере системы.

16. Опишите средства контроля достоверности информации.

17. Выполните подготовку заключения аналитика для передачи информации заказчику поисковых работ.

18. Раскройте понятие информации, информационного канала. Перечислите подходы к определению информации.

19. Что такое первичные и вторичные источники информации.

20. Назовите критерии характеристик информационного поиска.

21. Опишите теорию К.Шеннона.

22. Выполните оценку результатов поиска информации.

23. Сформулируйте закон целевой достаточности информации.

24. Что такое "альтернативные данные". Альтернативные источники информации как инструмент конкурентной разведки.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Основные понятия современных глобальных информационных систем.
2. Аналитика в глобальных сетях.
3. Компьютерная система и системный аналитик.
4. Стратегические алгоритмы анализа информации.
5. Безопасность веб-приложений.
6. Источники информации и их свойства.
7. Этапы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
8. Обзор поисковых систем.
9. Практическое использование поисковых систем (на примере).
10. Дополнительные операторы (специализированные конструкции), позволяющие получить дополнительную информацию о поиске.
11. Дополнительные механизмы системного анализа в открытой сети.
12. Информация и ее свойства Источники информации.
13. Общая характеристика информационно-аналитической работы.
14. Методы информационно-аналитической работы.
15. Этапы накопления и подготовкиинформации

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Дайте определение понятия Больших данных.
2. Проанализируйте области применения Больших данных.
3. Расскажите историю развития наукометрии.

4. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины.
5. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях.
6. Перечислите наукометрические базы данных в России.
7. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ.
8. Расскажите о геолокации и геопозиции. Покажите их соотношение друг с другом.
9. Выполните сравнительную характеристику категорий "Большие данные и бизнес-аналитика".
10. Опишите Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
11. Назовите инструменты и способы анализа текстовой информации.
12. Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации.
13. Дайте определение статистического анализа информации.
14. Расскажите о видах научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных.
15. Опишите методы статистического анализа текста.
16. В чем заключается цель и сущность дисперсионного анализа
17. Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа.
18. Расскажите о развитии систем машинного перевода. Что такое Джорджтаунский эксперимент.
19. В чем отличие машинного(автоматического) перевода от автоматизированного перевода.
20. Назовите основные направления развития систем машинного перевода (MachineTranslation, MT).
21. Раскройте содержание понятия Системы автоматизированного перевода.
22. Расскажите о принципах безопасного внедрения мультиязычности итонкостях еенастройки.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. История развития наукометрии.
2. Основные наукометрические показатели.
3. Методика анализа больших данных.
4. Метод расчёта индекса Хирша. Сходство и отличие индекса Хирша от Российского индекса научного цитирования.
5. Российский индекс научного цитирования.
6. Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
7. Обзор методов интеллектуального анализа научных текстов.
8. Электронные сетевые научные ресурсы и другие источники данных.
9. Библиометрия как научная дисциплина.
10. Методология библиометрических исследований.
11. Особенности статистики и статистического анализа.
12. Статистические методы в контексте исследования текстов и определение возможностей их применения.
13. Методы и инструменты текстовой аналитики, используемые для решения проблемы больших данных.
14. Машинный перевод: современные технологии.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Аналитическая работа в глобальных сетях и информационных системах.

Тема 1.1. Понятие аналитической работы в глобальных сетях и информационных системах. Определение стартового уровня владения компетенцией. Основы поиска информации.

Схема. Процесс моделирования системы.

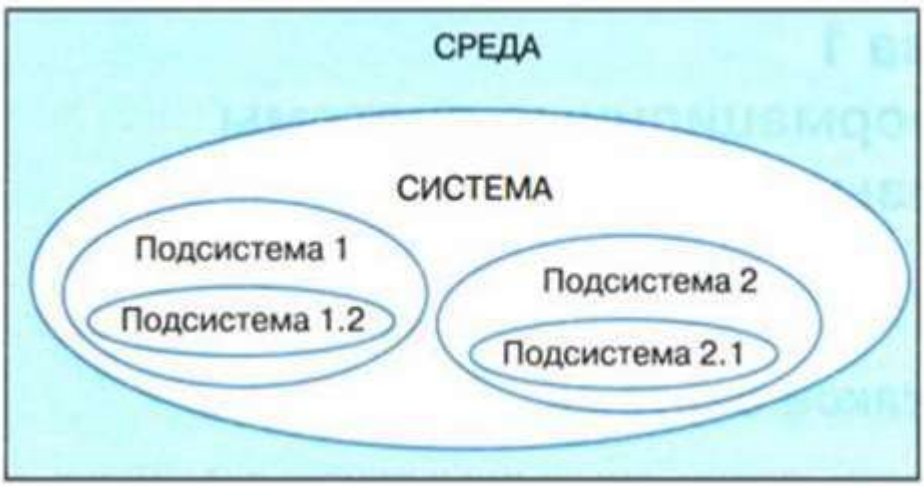


Рис. Система - иерархия подсистем

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Категории системного анализа.

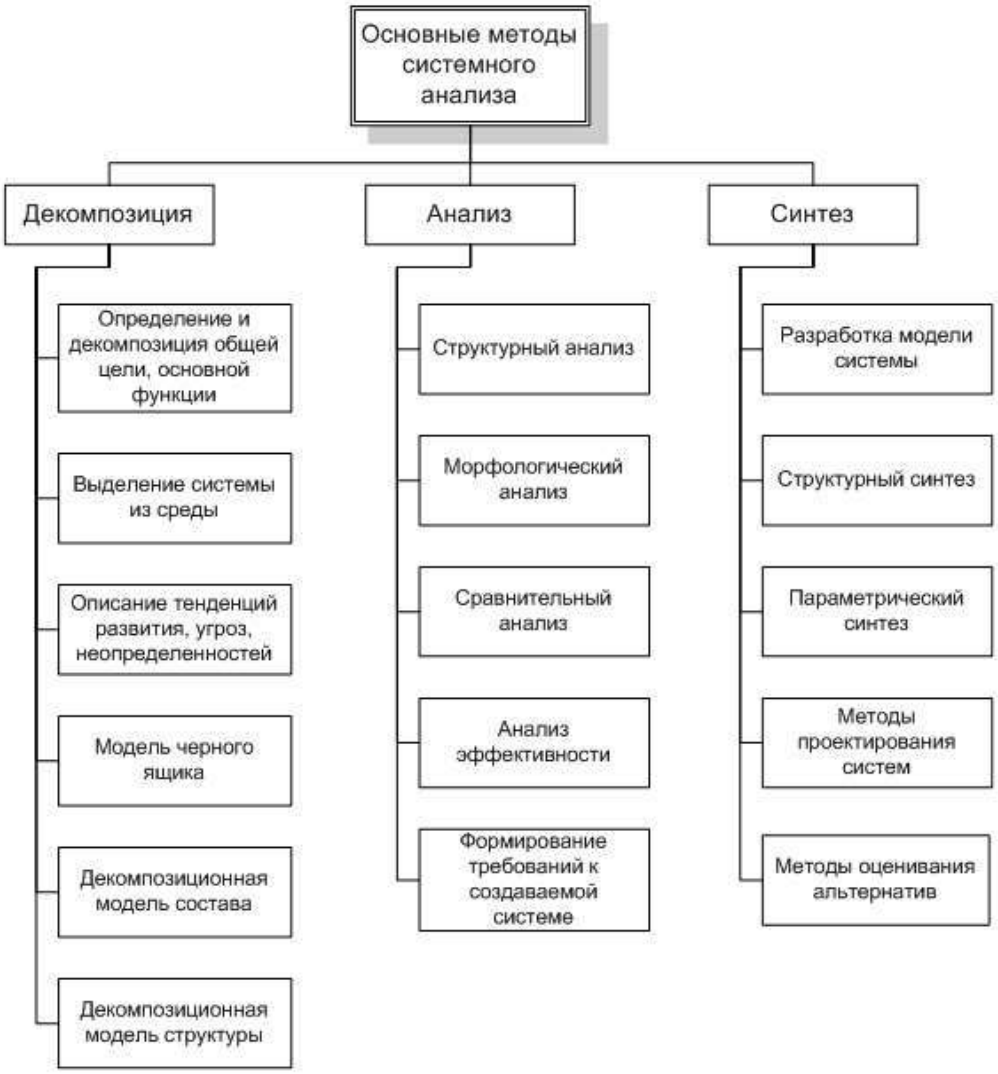


Схема. Основные методы системного анализа.

Тема 1.3. Основные механизмы поиска в поисковой машине. Подходы к определению достоверности информации.

Рис. Для каждого типа информации следует выбирать соответствующий инструмент поиска.

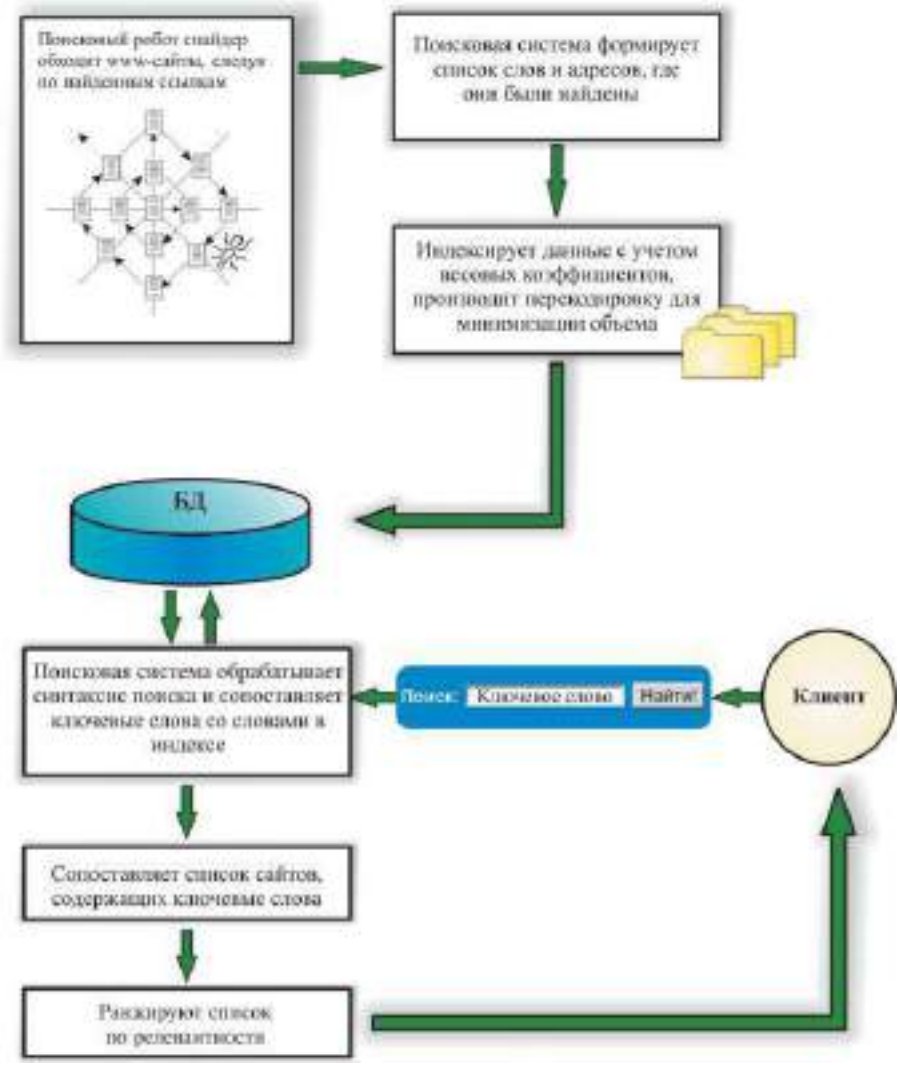


Рис. Роботы-пауки просматривают информационное наполнение Web-страниц и создают индексированную базу поиска по ключевым словам, а затем по запросу пользователя выдают ранжированный по релевантности список сайтов.

Тема 1.4. Уточнение информации из различных источников, применение альтернативных источников информации.

Рис. Виды информации

Рис. Теория информации

Рис. Источники информации для конкурентной разведки.

РАЗДЕЛ 2. Работа с большими данными.

Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц.

Рис. Российский индекс научного цитирования

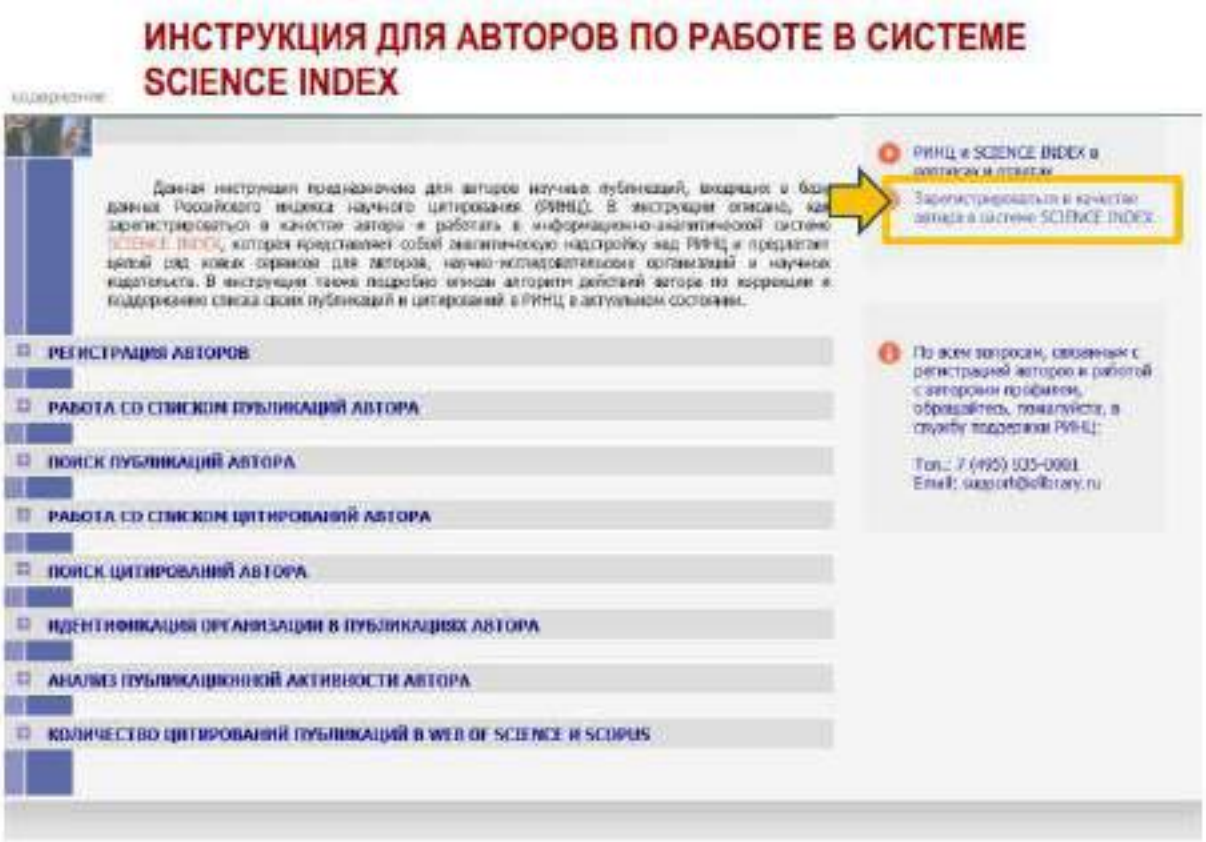


Рис. 3. Инструкция для регистрации в системе РИНЦ

Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Схема. Обработка информации

Рис. Типовая функциональная архитектура системы текстовой аналитики

Тема 2.3. Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.

Рис. Статистические методы анализа данных.

Рис. Методы анализа текстов

Тема 2.4.: Системы автоматизированного перевода. Подходы к мультиязыковому поиску

Автоматизированный перевод

CAT-система (Computer Assisted (Aided) Translation) – это программное обеспечение, используемое человеком-переводчиком в процессе перевода для повышения производительности труда.

Машинный перевод (Machine Translation, MT) – технология перевода текста с одного естественного языка на другой с использованием методов лексического, грамматического, синтаксического и семантического анализа.

Автоматизированный перевод ≠ Машинный перевод

Автоматизированный перевод осуществляется человеком, машинный не требует участия человека.

Рис. Понятие автоматизированного перевода.

Джорджтаунский эксперимент

- 8 января 1954 года
- IBM 701
- Перевели 60 предложений с русского на английский:
  - 250 терминов
  - 6 грамматических правил

Рис. История и опыт использования машинного перевода

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И СТАТИСТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Цели занятия.

Цель: сформировать представление об интеллектуальном анализе данных, большие данные, машинное обучение, сформировать понимание о принципах анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.	Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.	

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия **Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение**.

Вопросы к обсуждению:

Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.

2. Тема лекционного занятия **Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов**.

Вопросы к обсуждению:

Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые

технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Цели занятия.

Цель: сформировать представление о понятии искусственного интеллекта и области его применения, сформировать понимание о технологиях интеллектуального анализа данных, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.	

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия **Понятие искусственного интеллекта и области его применения**.

Вопросы к обсуждению:

Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных

2. Тема лекционного занятия **Технологии интеллектуального анализа данных**.

Вопросы к обсуждению:

Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Цели занятия.

Цель: сформировать представление об интеллектуальном анализе данных, большие данные, машинное обучение, сформировать понимание о принципах анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лабораторного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.	Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.	

Содержание лабораторного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лабораторного занятия **Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение**.

2. Тема лабораторного занятия **Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов**.

Лабораторный практикум:

Задания лабораторного практикума

1. Применить методы предварительного анализа больших наборов данных на конкретном примере.

2. Применить методы визуального анализ данных на конкретном примере.

3. Применить принципы обучения с учителем и методы классификации на конкретном примере.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Цели занятия.

Цель: сформировать представление о понятии искусственного интеллекта и области его применения, сформировать понимание о технологиях интеллектуального анализа данных, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лабораторного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.	

Содержание лабораторного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лабораторного занятия **Понятие искусственного интеллекта и области его применения**.

2. Тема лабораторного занятия **Технологии интеллектуального анализа данных**.

Лабораторный практикум:

Задания лабораторного практикума

1. Применить линейные модели классификации и регрессии на конкретном примере.

2. Решить задачи восстановления регрессии.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Модуль 1	
Раздел 1 **Большие данные и машинное обучение.**	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. **Искусственный интеллект**	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Уровни понимания. Методы решения задач.
2. Решение задач методом поиска в пространстве состояний.
3. Фреймы. Исчисления предикатов.
4. Системы продукций. Семантические сети.
5. Нечеткая логика.
6. Алгоритмы эвристического поиска.
7. Поиск решений на основе исчисления предикатов.
8. Переход от Базы данных к Базе знаний. Особенности знаний.
9. Генетический алгоритм.
10. Стратегия решений организации поиска.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных.
2. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных.
3. Задачи машинного обучения: поиск информации в интернете.
4. Задачи машинного обучения: распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи и др.
5. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V).
6. Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.
7. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.
8. Принципы создания рекомендательных систем.
9. Интеллектуальные сервисы и чат-боты.
10. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Назначение экспертных систем.
2. Структура экспертных систем.
3. Этапы разработки экспертных систем.
4. Представление знаний в экспертных системах.
5. Методы работа со знаниями.
6. Основная модель нейросетевой технологии.
7. Методы извлечения знаний
8. Цепи Маркова
9. Вероятностный подход
10. Случайный лес

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.
2. Признаки интеллектуальности информационных систем.
3. Структура исследований в области искусственного интеллекта.
4. Основные классы интеллектуальных информационных систем.
5. Знания как особая форма информации.
6. Методы и средства представления знаний. Модели знаний.
7. Системы представления знаний и базы знаний.
8. Технологии OLAP и многомерные модели данных.
9. Технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining). Согласование и интеграция знаний.
10. Экспертные системы, их виды, области использования.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Большие данные и машинное обучение

Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

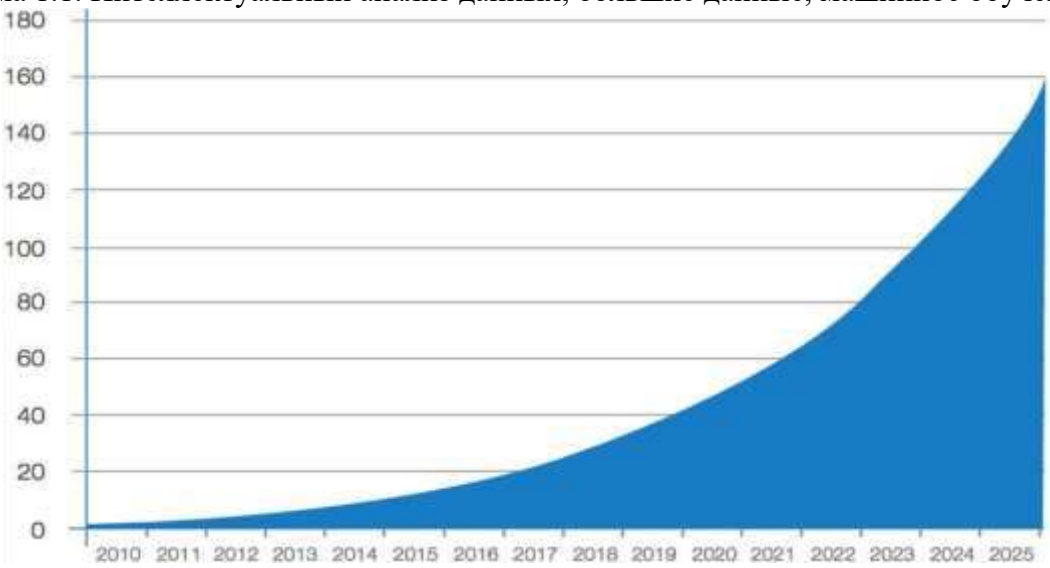


Рис. Объем накопленных миром данных в зеттабайтах

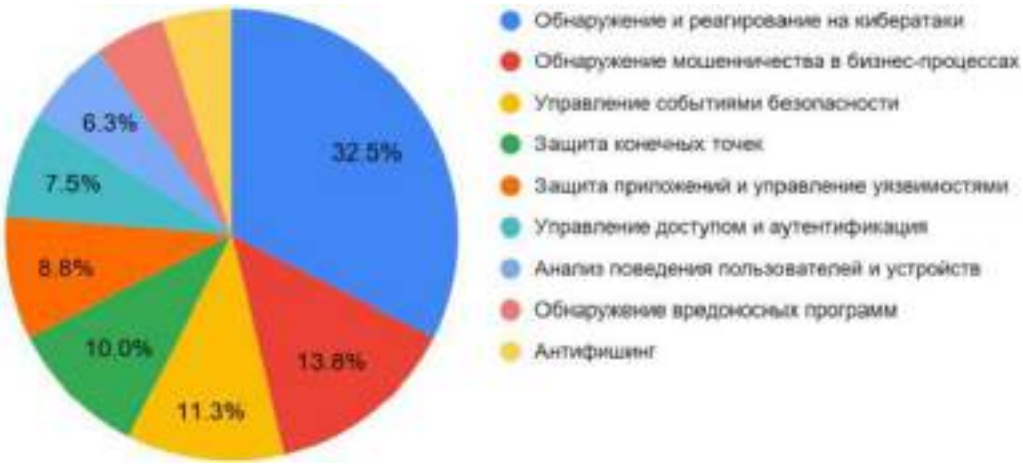


Рис. Распределение продуктов с применением технологий ИИ по сценариям использования

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

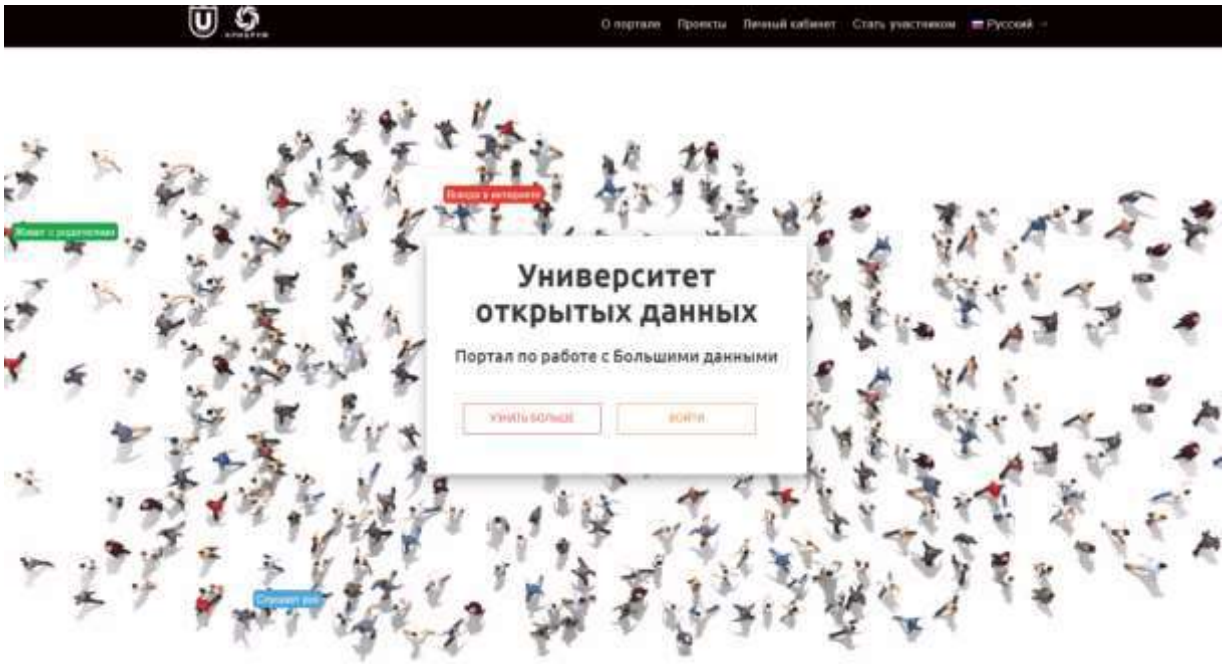


Рис. Портал по работе с большими данными data.tsu.ru

Раздел 2. Искусственный интеллект

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

Рис. Компоненты ИИ

Рис. ASIMO — интеллектуальный гуманоидный робот фирмы Honda

Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.

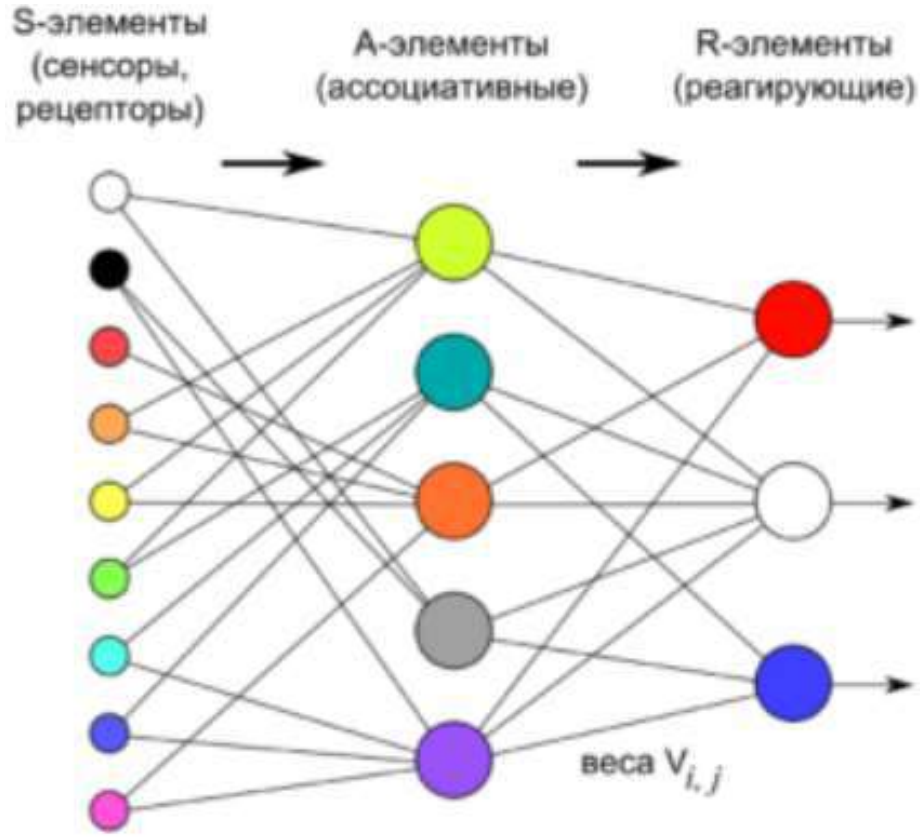


Рис. Алгоритм работы простейшей нейросети

Рис. Ролевая модель психолога в ChatGPT, которую многие используют в 2023 году.

Рис. Как ИИ влияет на разные направления в бизнесе.
В топе — разработка ПО и продуктов, продажи, маркетинг, работа с клиентами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ «ОБУЧЕНИЕ СЛУЖЕНИЕМ»

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.03.03 Гостиничное дело

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Гостинично-ресторанная деятельность

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Тема лекционного занятия: Социально-ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними

Цели занятия: Формирование у участников понимания специфики работы социально-ориентированных некоммерческих организаций (НКО), а также освоение практических навыков эффективного взаимодействия с такими организациями для достижения социальных целей.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Значение социально ориентированных некоммерческих организаций (НКО) в решении социальных проблем и улучшении благосостояния общества, достижения социальных целей и улучшения качества жизни различных групп людей. Особенности социально ориентированных НКО: миссия и цели, безвозмездность, зависимость от донорской поддержки, волонтерство и гражданская активность, сотрудничество и партнерство НКО, использование инноваций и технологий. Иные типы организаций, реализующих социально ориентированные проекты: государственные и муниципальные учреждения, социальные предприниматели, коммерческие организации.

Тема лекционного занятия: Социальный проект и особенности социально-ориентированного проектирования. Основные этапы социального проекта

Цели занятия: Познакомить учащихся с понятием социального проекта и особенностями социально-ориентированного проектирования, а также рассмотреть основные этапы разработки и реализации социальных проектов.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие проекта и проектирования. Отличия проектирования технических, экономических и социальных объектов, явлений и процессов. Особенности социально ориентированного проекта, которые отличают его от других типов проектов. Типы социальных проектов в зависимости от новизны, способов финансирования, по направлениям деятельности, масштабам, по срокам реализации. Основные принципы социального проектирования: законность, экономичность, своевременность (актуальность). Жизненный цикл социального проекта. Решение социальных проблем или улучшение благосостояния определенной группы людей, сообщества или общества в целом; учет интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.; измерение и оценка социального воздействия; гибкость и адаптивность; коммуникация и информирование общественности

Место проектирования в социальной сфере. Проблемоориентированный подход в социальном проектировании. Финансово-экономическое и правовое обоснование социального проекта. Социальные эффекты проекта. Методы управления проектами. Использование «гибких» методов управления социальными проектами.

Планирование социального проекта: методы реализации, инструменты проектной деятельности и ожидаемые результаты:

− Методы реализации: участие заинтересованных сторон, командная работа, обмен знаниями и опытом;

− Инструменты проектной деятельности: проектный цикл, план проекта и графики работ, матрица ответственности, мониторинг и оценка;

− Ожидаемые результаты: решение или улучшение конкретной социальной проблемы или потребности в сообществе; улучшение качества жизни или благосостояния целевой аудитории; развитие компетенций участников проекта, изменение отношения в обществе к социальным проблемам и запросам.

Составляющие и требования к оформлению проекта. Понятие паспорта проекта. Формирование команды проекта, лидерство, роли участников. Исследование социального окружения, постановка проблемы, её формулирование. Поиск проектного решения (гипотезы). Проверка гипотезы и постановка задачи. Цели и задачи проекта. Участники, их роли и заинтересованные стороны проекта. Взаимодействие с заказчиком проекта. Прототипирование продукта. Календарный план проекта. Ресурс обеспечение: финансовые ресурсы (гранты, спонсорство, пожертвования); человеческие ресурсы (команда проекта, волонтеры, партнеры); материальные ресурсы (оборудование, расходные материалы и инфраструктура); информационные ресурсы (Интернет, соц. сети, образовательные организации). Бюджет проекта. Внешние и внутренние коммуникации, медийное сопровождение проекта. Тестирование продукта и его улучшение. Завершение проекта. Командообразование и рефлексивные практики в ходе реализации проекта.

РАЗДЕЛ 2. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА

Тема лекционного занятия: Анализ ситуации и постановка проблемы

Цели занятия: Научить обучающихся методам анализа ситуации и постановки проблем, необходимых для успешного освоения дисциплины и подготовки проекта

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Практические аспекты и выполнение анализа сложившейся общественной ситуации, определение главной проблемы, с которой планируется работать в рамках проекта. Исследование источников и анализ данных, взаимодействие с заинтересованными сторонами для выстраивания картины.

Выполнение практических шагов по постановке проблемы:

1.Изучение контекста: социальных, экономических, политических, экологических и иных факторов и аспектов, исследование источников информации, натурное обследование, наблюдение, опросы, взаимодействие с заказчиком, посещение организаций и территорий.

2.Выявление проблемы: формулирование проблемы, связь её с интересами социально-демографических групп, локальных сообществ. Выявление противоречий, конфликтов интересов, рисков: угроз и возможностей, связанных с проблемой.

3.Сбор и анализ данных с применением методов исследования в проектах: опросы, интервью, наблюдения, анализ статистических данных, факторный анализ, PESTLE, SWOT анализ.

4.Взаимодействие с заинтересованными сторонами: интервью и беседы с представителями сообществ, социально-демографических групп, организаций, органов власти, связанных с проблемой с целью выявления и анализа потребностей и интересов сторон.

5.Формулирование проблемы, определение её аспектов и стратегии решения.

Тема лекционного занятия: Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка

Цели занятия: Ознакомить учащихся с методами выработки гипотез проектных решений и способами их проверки, а также развить навыки критического мышления и анализа.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация

познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Разработка гипотезы, проекта решения, наиболее эффективного или доступного команде, для решения поставленной проблемы. Проверка гипотезы на практике[1].

Выполнение практических шагов по выработке и проверки гипотезы проектного решения:

1. Формулировка гипотезы на основе предварительного исследования социального окружения и анализа данных о проблеме, включая описание проекта решения и прогноза его влияния на проблему.
2. Планирование эксперимента: шаги, ресурсы и меры, необходимые для проверки гипотезы, включая получение данных, которые позволят дать оценку эффективности решения.
3. Проведение эксперимента (тестирование гипотезы) и оценка эффективности предложенного решения: сбор данных и анализ эффективности предложенного проекта решения, сравнение результатов с прогнозом.
4. Заключение по итогам проверки гипотезы: выводы относительно эффективности предлагаемого решения, анализ сильных и слабых сторон решения, обсуждение дальнейших шагов. Уточнение (корректировка – при необходимости) гипотезы и её утверждение.

Тема лекционного занятия: Разработка и защита паспорта проекта

Цели занятия: Ознакомить обучающихся с процессом разработки и защиты паспорта проекта, а также научить их правильно структурировать информацию и аргументировать ключевые положения проекта перед заинтересованными сторонами.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Создание паспорта проекта как документа, содержащего ключевую информацию о проекте, его целях, задачах, решаемой проблеме, ресурсах, плане и ожидаемых результатах. Взаимодействие с социальным заказчиком для согласования и подтверждения всех аспектов реализации проектов принятия намерений сторон.

Выполнение практических шагов по разработке и защите паспорта проекта:

1. Определение общих целей с применением принципов SMART: конкретности, измеримости, достижимости, значимости, ограниченности во времени
2. Выработка описания проекта: информации о его содержании и сущности, предполагаемых работах, результатах, ресурсах
3. Определение задач, мероприятий и календарного плана, включая сроки, ответственных, ресурсы, ожидаемые результаты
4. Оценка необходимых ресурсов: человеческих, финансовых, материально-технических и других
5. Защита паспорта проекта перед НКО и заинтересованными сторонами: презентация проекта представителям партнёрской организации, сообществ, социально-демографических групп (целевой аудитории, благополучателей и т.д.), включая аспекты проекта, содержательную согласованность документа, значимость проекта, потенциальные результаты, способы достижения целей.

---

[1] Команда проекта вместе с наставником самостоятельно принимает решение о необходимости выполнения данного этапа

6. Размещение паспорта на платформе ДОБРО.РФ (рекомендуется), включая просмотр вебинара по работе с платформой, выбор кейса, увязку с партнёрской организацией, заведение проекта от имени РГСУ, создание мероприятия, связь его с проектом, регистрацию студентов на мероприятие «доброе дело», одобрение заявок членов команды, предоставление им часов.

РАЗДЕЛ 3. РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОЕКТА

Тема лекционного занятия: Разработка и защита паспорта проекта

Цели занятия: Подготовить обучающихся к разработке и защите паспорта проекта, а также научить их правильно структурировать информацию и аргументировать ключевые положения проекта перед заинтересованными сторонами.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Разработка и реализация конкретного решения проблемы. Применение знаний, навыков, опыта, полученного на предыдущих этапах и в ходе обучения, для достижения поставленных целей проекта и его социального эффекта. Приобретение новых знаний, практического опыта и гибких (надпрофессиональных) навыков в ходе взаимодействия с заказчиком, проектной командой, наставником.

Выполнение практических шагов по прототипированию результата, разработке и реализации проектного решения:

1. Прототипирование: создание прототипа или модели продукта, решения: физического, виртуального, концептуального, служащего для тестирования функциональности, оценки эргономики, сбора обратной связи с целью дальнейшего совершенствования и создания финального продукта, решения.
2. Разработка и реализация плана проекта: программирование, дизайн, создание материалов, иные действия, необходимые для создания конечного продукта. Контроль выполнения задач проекта, сбор обратной связи от заказчика и заинтересованных сторон, оперативные совещания, рефлексивные практики, управление конфликтами, управление изменениями.

Тема лекционного занятия: Тестирование, оценка и улучшение продукта

Цели занятия: Ознакомить студентов с методами тестирования продуктов, оценки их качества и эффективности, а также стратегиями улучшения на основе полученных данных.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Тестирование продукта, решения с целью улучшения. Соотнесение его с целями. Устранение недостатков. Закрепление результатов

Выполнение практических шагов по тестированию и оценке результата:

1. Тестирование и улучшение созданного решения: проверка и оценка функциональности, эффективности, соответствия первоначальной гипотезе, получение и анализ обратной связи, устранение недостатков и недочётов.
2. Оценка полученного результата, соотнесение с первоначальными целями проекта: обоснование значимости продукта (решения), его эффективности, подготовка необходимой документации для дальнейшего использования

РАЗДЕЛ 4. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И РЕФЛЕКСИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОДГОТОВКА ОТЧЁТА

Тема лекционного занятия: Анализ и оценка выполнения целей проекта, достигнутых результатов, обратная связь

Цели занятия: Научить участников методам анализа и оценки выполнения целей проекта, достигнутых результатов, а также эффективному использованию обратной связи.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные материалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Подведение итогов реализации общественного проекта обучения служением и подготовка отчета.

Выполнение практических шагов по анализу достигнутых результатов:

1. Анализ выполненных целей: перечень достигнутых результатов, соотнесение достигнутых результатов с начальными целями, анализ причин недостижения целей, анализ факторов, повлиявших на успешное достижение целей.
2. Оценка достигнутых результатов: определение значимости результатов для целевой аудитории и заинтересованных сторон, оценка социального эффекта и общественных изменений.
3. Рефлексия и извлечение уроков: анализ собственного опыта в реализации проекта, достижения целей методики «обучение служением», анализ результатов самопознания участников, новых знаний о себе, своих навыках, проблемах, сильных и слабых сторонах, установление направлений саморазвития (усиления слабых сторон, развития - сильных).
4. Оценка собственного вклада участников проекта: оценка вклада в проект, степени «присвоения» проекта, взаимодействия с командой, целевой аудиторией, рассмотрение навыков и качеств, которые были развиты в ходе реализации проекта, какие решались проблемы и как эта работа сказалась на результатах проекта.
5. Подготовка рекомендаций для будущих участников проекта: обобщение и документирование полученного опыта, указание рисков проекта и мер по управлению рисками, направлений развития результатов проекта, советы по улучшению выполнения аналогичных проектов в будущем.

Тема лекционного занятия: Подготовка отчёта по итогам реализации проекта

Цели занятия: Ознакомить обучающихся с принципами и структурой подготовки отчета по итогам реализации проекта, а также научить их грамотно оформлять и представлять результаты проделанной работы.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Практикумы, дискуссии, кейс-метод, учебные пособия, интернет ресурсы, интерактивные ма-териалы, активизация познавательной деятельности, использование примеров из практики, взаимодействие с практиками, оценка и обратная связь.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Составление отчёта по проекту, защита результатов проекта. Отчёт защищается в ходе промежуточной аттестации как итоговый результат освоения дисциплины.

Выполнение практических шагов по составлению и защите отчёта по проекту:

1. Разработка введения: вводной части, в которой резюмируются цели проекта и его контекст

2. Разработка описания проекта: цели задачи, методы работы и измерения, предпринятые в ходе реализации
3. Описание результатов и достижений, связанных с поставленными целями проекта: конкретные количественные и качественные показатели и индикаторы, примеры для иллюстрации, визуальный и аудиовизуальный контент, иллюстрирующий процесс и результаты проекта.
4. Описание рефлексивной практики над выполненной работой, оценка значимости проекта и его результатов, описание успешных стратегий по решению проблемных ситуаций
5. Описание рекомендаций для будущих участников подобных проектов
6. Разработка заключения: финальные выводы, благодарности участникам, заказчикам, заинтересованным сторонам.
7. Защита отчёта о реализации проекта: презентация отчёта по проекту в рамках финального мероприятия по итогам реализации этапа «обучения служением» в университете
8. Участие в конгрессно-выставочной деятельности по результатам реализации проекта (рекомендуется). Оформление научных результатов проекта (рекомендуется).

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 2. Постановка проблемы и разработка проекта

Тема занятия: Анализ ситуации и постановка проблемы

Формы практических заданий: практикум по решению задач

Данный этап является первым практическим шагом, который помогает студентам полноценно понять сложившуюся общественную ситуацию и определить главную проблему, с которой они будут работать в рамках проекта.

На этом этапе студентам предстоит провести исследование, проанализировать данные и взаимодействовать с заинтересованными сторонами для полного понимания ситуации.

Кроме того, на начальном этапе происходит формирование проектной команды студентов, распределяются роли и задачи, происходят начальные фазы формирования команды: создание, бурление и нормирование.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги раздела «Анализ ситуации и постановка проблемы» в проекте обучения служением, выполняемые в рамках **практического занятия**:

(Шаг 1 Изучение контекста – выполняется в рамках самостоятельной работы).

Шаг 2. Идентификация проблемы. На основе изучения контекста обучающиеся определяют главную проблему, с которым они будут работать в рамках своего проекта. Проблема должна быть ясно сформулирована и связана с интересами или потребностями местного сообщества или определенной группы людей. Это поможет студентам сосредоточить свое исследование и действия на решении конкретной проблемы.

(Шаг 3. Сбор данных и анализ – выполняется в рамках самостоятельной работы).

(Шаг 4. Взаимодействие с заинтересованными сторонами – выполняется в рамках самостоятельной работы).

Шаг 5[2]. Постановка проблемы. После анализа и исследования обучающиеся формулируют ключевой вопрос, который будет их направлять в ходе проекта. Формулировка проблемы

[2] Выполняется только для очной и очно-заочной форм обучения. Для заочной формы – выполняется в рамках самостоятельной работы.

должна быть ясной, конкретной и быть связанной с конкретными субъектами. Это помогает студентам сфокусироваться и ориентироваться на поиск решения в ходе своей работы.

Анализ ситуации и постановка проблемы важны для определения направления и разработки стратегии действий в рамках обучения служением. Подробное понимание контекста и основной проблемы помогает студентам сосредоточиться на создании эффективных и релевантных решений в дальнейшем.

Тема занятия: Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка
Формы практических заданий: практикум по решению задач

Обучающиеся разрабатывают гипотезу или предположение о том, какое решение может быть наиболее эффективным для решения проблемы, поставленной на предыдущем этапе, и затем проверяют свое предположение на практике.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги этапа «Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка» в проекте обучения служением, осуществляемые в рамках **практического занятия**:

Шаг 1. Создание гипотезы. На основе исследования и анализа данных обучающиеся формулируют гипотезу о том, какое решение может быть наиболее подходящим для решения проблемы. Гипотеза должна быть конкретной, измеримой и проверяемой. Она должна включать в себя описание предлагаемого решения и предсказание о том, как это решение может повлиять на проблему.

Шаг 2[3]. Планирование эксперимента. Здесь обучающиеся разрабатывают план эксперимента, который поможет проверить их гипотезу на практике. Они определяют, какие шаги, ресурсы и меры понадобятся для реализации плана и получения данных, которые помогут оценить эффективность предполагаемого решения.

(Шаг 3. Реализация и оценка – выполняется в рамках самостоятельной работы).

Шаг 4[4]. Анализ и заключение. Обучающиеся анализируют полученные результаты и делают выводы относительно гипотезы и эффективности предложенного решения, анализируют сильные и слабые стороны подхода и обсуждают дальнейшие шаги. При необходимости, уточняют гипотезу или возвращаются к этапу разработки гипотезы.

Этот этап помогает студентам проверить и подтвердить свою гипотезу на практике и оценить, насколько успешно и эффективно они могут справиться с решением проблемы. Этот этап также является возможностью для обучения на опыте и корректировки своего подхода на основе полученных данных и результатов.

Тема занятия: Разработка и защита паспорта проекта
Формы практических заданий: практикум по решению задач

Обучающиеся на данном этапе совместно создают документ, который содержит ключевую информацию о проекте, его целях, задачах, ресурсах и планируемых результатах. Процесс разработки паспорта проекта и его последующей защиты является важным шагом для обеспечения ясного понимания проекта как у самой команды, так и у заинтересованных сторон.

Создание паспорта проекта и его защита являются финализацией этапа формирования замысла проекта. Прохождение этого этапа является условием для успешной реализации проекта, поскольку согласование заказчиком деталей проекта является фактически закреплением обязательств всех сторон и участников проекта.

[3] Для заочной формы обучения выполняется в рамках самостоятельной работы

[4] Для заочной формы обучения выполняется в раках самостоятельной работы

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по разработке и защите паспорта проекта, выполняемые в рамках **практического занятия**[5]:

Шаг 1. Определение общих целей. Обучающиеся определяют цели проекта и направления, в которых планируют достичь перемен. Цели проекта должны быть описаны конкретно, ясно, с обоснованием их важности и ценности.

Шаг 2. Выработка описания проекта. Обучающиеся разрабатывают детальное описание проекта, которое содержит информацию о его сущности, предполагаемых работах и результатах. Здесь должно быть указано, что планируется сделать, как это будет осуществлено и какие ресурсы и инструменты будут использованы.

(Шаг 3. Определение задач и плана работы – выполняется в рамках самостоятельной работы)

(Шаг 4. Оценка необходимых ресурсов – выполняется в рамках самостоятельной работы)

Шаг 5. Защита паспорта проекта. Паспорт проекта требуется защитить путем презентации его представителям партнерской организации, сообщества, заинтересованного в реализации проекта, наставнику проекта и другим заинтересованным сторонам. На защите требуется описать основные аспекты проекта, продемонстрировать содержательную согласованность документа, рассказать о значимости проекта, его потенциальных результатах и о том, как планируется достижение целей.

Защита паспорта проекта позволяет команде проекта представить свое видение и план действий, получить обратную связь и рекомендации. Защита паспорта проекта также обеспечивает понимание и поддержку со стороны заинтересованных сторон и помогает обеспечить успешное выполнение проекта.

Рекомендуется паспорт проекта, который был защищен, размещать на платформу ДОБРО.РФ:

1. На сайте выбрать себе кейс и связаться с партнерской организацией.
2. На платформе завести проект по решению кейса, для этого нужно:

- завести аккаунт образовательной организации если еще нет на ДОБРО.РФ, став организатором (dobro.ru/kb/category/16);
- создать проект от имени образовательной организации, проект по решению кейса (dobro.ru/kb/article/41);
- создать мероприятие («Доброе дело»), чтобы зарегистрировать студентов, которые войдут в команду проекта (dobro.ru/kb/article/25);
- связать мероприятие с проектом (dobro.ru/kb/article/79);
- студентам разослать ссылку на регистрацию на мероприятие «Доброе дело» и одобрить заявки тех, кто попадет в команду и после проставить им часы (dobro.ru/kb/article/11).

Также рекомендуется посмотреть отдельный записанный вебинар по работе с платформой — dobro.ru/kb/article/139.

РАЗДЕЛ 3. РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОЕКТА

Тема занятия: Разработка и защита паспорта проекта

Формы практических заданий: практикум по решению задач

Проектные команды студентов разрабатывают и реализуют конкретное решение проблемы, с которой они работают. В этот период обучающиеся используют свои навыки, знания и опыт, полученные в ходе обучения, для достижения поставленных целей проекта и позитивных изменений в обществе.

[5] Шаги 1-2 осуществляются студентами заочной формы обучения в рамках самостоятельной работы

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по реализации общественного проекта в рамках **практических занятий**:

Шаг 1. Прототипирование. На этапе прототипирования команда создает прототип или модель продукта или решения. Прототип может быть физическим, виртуальным или концептуальным, он служит для тестирования функциональности, оценки эргономики и сбора обратной связи. Усовершенствование прототипа происходит на основе полученных результатов, и он служит основой для создания финального продукта.

(Шаг 2. Разработка и реализация – выполняется в рамках самостоятельной работы)

Тема занятия: Тестирование, оценка и улучшение продукта

Формы практических заданий: практикум по решению задач

Получив по результатам реализации проекта продукт, проектные команды студентов тестируют и оценивают качество продукта и достижение целевых показателей проекта.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по тестированию и улучшению продукта в рамках **практических занятий**:

(Шаг 1. Тестирование и улучшение – выполняется в рамках самостоятельной работы)

Шаг 2. Оценка. После завершения разработки команда оценивает полученный результат и сравнивает его с изначальными целями проекта. Обосновывается эффективность и значимость продукта или решения, а также фиксируется вся необходимая документация для последующего использования.

Команда также должна оценить эффективность продукта или решения на основе обратной связи от заинтересованных сторон. Участники проекта исправляют ошибки, если они есть, и вносят улучшения, чтобы максимизировать пользу и эффективность продукта или решения.

РАЗДЕЛ 4. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И РЕФЛЕКСИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОДГОТОВКА ОТЧЁТА

Тема занятия: Анализ и оценка выполнения целей проекта, достигнутых результатов, обратная связь

Формы практических заданий: практикум по решению задач

На данном этапе проектные команды студентов подводят итоги реализации общественного проекта обучения служением, что позволяет оценить выполненную работу, отрефлексировать опыт, поделиться результатами, получить обратную связь от заказчиков и заинтересованных сторон. Фактически этот этап является «предзащитой» проекта, которая происходит в ходе промежуточной аттестации.

Основные практические шаги по подведению итогов и рефлексии деятельности:

1. Анализ выполненных целей. Обучающиеся должны оценить, насколько успешно достигнуты поставленные цели проекта; рассмотреть, какие результаты были достигнуты и соотнести их с начальными целями.
2. Оценка достигнутых результатов. Обучающиеся должны проанализировать достигнутые результаты и определить их значимость для целевой аудитории; разобраться в основных изменениях или преимуществах, которые проект принес сообществу.
3. Рефлексия и уроки, извлеченные из проекта. Обучающиеся должны проанализировать проект и свой опыт в рамках обучения служением; рассмотреть, что обучающиеся узна-

ли о себе, своих навыках, проблемах, с которыми столкнулись, и какие уроки они извлекли из выполненной работы.

4. Оценка собственного вклада. Обучающиеся должны оценить свой собственный вклад в проект и взаимодействие с командой и целевой аудиторией; рассмотреть, какие навыки или качества они развили, на какие проблемы обратили внимание, и как работа сказалась на результатах проекта.

5. Обратная связь и рекомендации. Обучающиеся должны подготовить рекомендации для будущих участников проекта, основанные на полученном опыте, обсудить, что можно улучшить, какие советы можно предложить для достижения лучших результатов в будущем.

Дискуссия происходит в рамках рефлексивной практики в группах.

Темы для дискуссии

1. Что дало участие реализации проекта (этапа проекта)?
2. Какие новые знания, навыки получены в ходе проекта
3. Значение приобретенного практического опыта для профессионального и личностного развития
4. Связь практического опыта проектной деятельности с обучением в РСГУ, насколько он необходим в образовательном процессе
5. Собственное влияние на партнёров (одногруппников, членов проектной команды, наставника, заказчика, заинтересованные стороны) и наоборот.
6. Влияние результатов проекта на сообщество благополучателей, какие социальные изменения произошли, происходят и произойдут в сообществе
7. Трудности в ходе реализации проекта, каким образом преодолевались эти трудности.
8. Применение полученных знаний и опыта в будущих проектах, возможность передачи опыта участникам проектов в будущем

Тема занятия: Подготовка отчёта по итогам реализации проекта
Формы практических заданий: практикум по решению задач

После подведения итогов необходимо составить отчет по проекту.

Подготовка отчёта состоит из практических шагов, выполняемых в рамках практического занятия и самостоятельной работы. В рамках **практического занятия** выполняются:

(Шаг 1. Введение. – выполняется в рамках самостоятельной работы)

(Шаг 2. Описание проекта – выполняется в рамках самостоятельной работы)

Шаг 3. Результаты и достижения. Отчет о достигнутых результатах, связанных с поставленными целями проекта. Сюда необходимо включить конкретные численные и качественные данные, примеры или иллюстрации, чтобы визуально продемонстрировать результаты.

Шаг 4. Анализ и оценка. Рефлексия над выполненной работой, оценка значимости проекта и его результатов, анализ успешных стратегий и проблемных ситуаций.

Шаг 5. Уроки и рекомендации. Извлечение уроков из проекта и рекомендации для возможных будущих участников. Обсуждение того, что можно улучшить и какие рекомендации дать для успешной реализации подобных проектов.

(Шаг 6. Заключение – выполняется в рамках самостоятельной работы.

Составление отчета поможет обучающимся усвоить и оценить свою работу, а также поделиться результатами и опытом с другими. Отчет также служит как ориентир и руководство для будущих участников проектов обучения служением. Отчёт представляется экспертам, наставнику и социальному заказчику для оценки на защите результатов проекта в рамках промежуточной аттестации).

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Семестр 5	
Раздел 1. Введение в социальное проектирование	-
Раздел 2. Постановка проблемы и разработка проекта	Подготовка проекта
Семестр 6	
Раздел 3. Реализация общественного проекта	Подготовка проекта
Раздел 4. Подведение итогов и рефлексия деятельности, подготовка отчёта	Подготовка проекта

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к разделу 2

Тема 2.1. Анализ ситуации и постановка проблемы

Данный этап проекта является первым практическим шагом, который помогает студентам полноценно понять сложившуюся общественную ситуацию и определить главную проблему, с которой они будут работать в рамках проекта.

На этом этапе студентам предстоит провести исследование, проанализировать данные и взаимодействовать с заинтересованными сторонами для полного понимания ситуации.

Кроме того, на начальном этапе происходит формирование проектной команды студентов, распределяются роли и задачи, происходят начальные фазы формирования команды: создание, бурление и нормирование.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги раздела «Анализ ситуации и постановка проблемы» в проекте обучения служением, выполняемые в рамках **самостоятельной работы:**

Шаг 1. Изучение контекста. На этом этапе обучающиеся должны понять и оценить широкий контекст, в котором существует проблема, с которой они будут работать. Это включает изучение социальных, экономических, политических, экологических и других аспектов. Обучающиеся могут проводить исследование источников информации, а также посещать территории или организации, связанные с проблемой.

(Шаг 2. Идентификация проблемы - проводится в рамках практического занятия к теме 2.1)

Шаг 3. Сбор данных и анализ. На этом шаге обучающиеся собирают необходимые данные, чтобы лучше понять проблему. Они могут использовать разнообразные методы исследования, такие как опросы, интервью, наблюдения или анализ статистических данных. Анализ

данных поможет студентам получить более глубокое понимание проблемы, выявить ее причины, идентифицировать основные заинтересованные стороны и потенциальные решения.

Шаг 4. Взаимодействие с заинтересованными сторонами. Обучающиеся проводят взаимодействие и беседы с заинтересованными сторонами, такими как представители сообществ, организаций или групп, на которых влияет проблема. Это помогает им получить разные точки зрения, понять потребности и предпочтения заинтересованных сторон.

Шаг 5[6]. Постановка проблемы. После анализа и исследования обучающиеся формулируют ключевой вопрос, который будет их направлять в ходе проекта. Формулировка проблемы должна быть ясной, конкретной и быть связанной с конкретными субъектами. Это помогает студентам сфокусироваться и ориентироваться на поиск решения в ходе своей работы.

Анализ ситуации и постановка проблемы важны для определения направления и разработки стратегии действий в рамках обучения служением. Подробное понимание контекста и основной проблемы помогает студентам сосредоточиться на создании эффективных и релевантных решений в дальнейшем.

Тема 2.2. Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка

На данном этапе проекта обучающиеся разрабатывают гипотезу или предположение о том, какое решение может быть наиболее эффективным для решения проблемы, поставленной на предыдущем этапе, и затем проверяют свое предположение на практике.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги раздела «Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка» в проекте обучения служением, выполняемые в рамках **самостоятельной работы:**

(Шаг 1. Создание гипотезы – выполняется в рамках практического занятия к теме 2.2).

Шаг 2[7]. Планирование эксперимента. Здесь обучающиеся разрабатывают план эксперимента, который поможет проверить их гипотезу на практике. Они определяют, какие шаги, ресурсы и меры понадобятся для реализации плана и получения данных, которые помогут оценить эффективность предполагаемого решения.

Шаг 3. Реализация и оценка. Приступая к реализации плана эксперимента и тестированию гипотезы на практике, обучающиеся собирают данные, оценивают результаты и проводят анализ эффективности предложенного решения, сравнивают полученные результаты с гипотезами и оценивают, насколько успешным оказалось решение.

Шаг 4[8]. Анализ и заключение. Обучающиеся анализируют полученные результаты и делают выводы относительно гипотезы и эффективности предложенного решения, анализируют сильные и слабые стороны подхода и обсуждают дальнейшие шаги. При необходимости, уточняют гипотезу или возвращаются к этапу разработки гипотезы.

Этот этап помогает студентам проверить и подтвердить свою гипотезу на практике и оценить, насколько успешно и эффективно они могут справиться с решением проблемы. Этот этап также является возможностью для обучения на опыте и корректировки своего подхода на основе полученных данных и результатов.

Тема 2.3. Разработка и защита паспорта проекта

---

[6] Реализуется только для заочной формы. Для очной, очно-заочной форм – в рамках практического занятия к теме 2.1

[7] Реализуется только для заочной формы. Для очной, очно-заочной форм – в рамках практического занятия к теме 2.2

[8] Реализуется только для заочной формы. Для очной, очно-заочной форм – в рамках практического занятия к теме 2.2

Обучающиеся на данном этапе совместно создают документ, который содержит ключевую информацию о проекте, его целях, задачах, ресурсах и планируемых результатах. Процесс разработки паспорта проекта и его последующей защиты является важным шагом для обеспечения ясного понимания проекта как у самой команды, так и у заинтересованных сторон.

Создание паспорта проекта и его защита являются финализацией этапа формирования замысла проекта. Прохождение этого этапа является условием для успешной реализации проекта, поскольку согласование заказчиком деталей проекта является фактически закреплением обязательств всех сторон и участников проекта.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по разработке и защите паспорта проекта, выполняемые в рамках **самостоятельной работы[9]:**:

Шаг 1. Определение общих целей. Обучающиеся определяют цели проекта и направления, в которых планируют достичь перемен. Цели проекта должны быть описаны конкретно, ясно, с обоснованием их важности и ценности.

Шаг 2. Выработка описания проекта. Обучающиеся разрабатывают детальное описание проекта, которое содержит информацию о его сущности, предполагаемых работах и результатах. Здесь должно быть указано, что планируется сделать, как это будет осуществлено и какие ресурсы и инструменты будут использованы.

Шаг 3. Определение задач и плана работы. Обучающиеся определяют необходимые задачи, которые необходимо выполнить в рамках проекта. Разрабатывают план работ, который включает этапы, сроки, ответственных лиц, ресурсы и ожидаемые результаты.

Шаг 4. Оценка необходимых ресурсов. Обучающиеся определяют ресурсы, необходимые для реализации проекта, включая человеческие ресурсы, финансовые средства, оборудование, материалы и другие ресурсы.

(Шаг 5. Защита паспорта проекта – осуществляется в рамках практического занятия по итогам выполнения шагов 1-4).

Задания для самостоятельной работы к разделу 3

Тема 3.1. Прототипирование результата (продукта), разработка и реализация проектного решения

Проектные команды студентов разрабатывают и реализуют конкретное решение проблемы, с которой они работают. В этот период обучающиеся используют свои навыки, знания и опыт, полученные в ходе обучения, для достижения поставленных целей проекта и позитивных изменений в обществе.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по реализации общественного проекта в рамках **самостоятельной работы**

(Шаг 1. Прототипирование – выполняется в рамках практического занятия к теме 3.1)

Шаг 2. Разработка и реализация. На этой стадии команда приступает к разработке и реализации решения или продукта. Разработка может включать программирование, дизайн, создание материалов или любые другие действия, необходимые для создания конечного продукта. Команда выполняет свои задачи, собирает данные и обеспечивает координацию для качественной реализации решения.

Тема 3.2. Тестирование, оценка и улучшение продукта

[9] Шаги 1-2 выполняются самостоятельно только студентами заочной формы обучения. Для очной и очно-заочной форм – выполняются в аудиторном формате в рамках практического занятия к теме 2.3

Получив по результатам реализации проекта продукт, проектные команды студентов тестируют и оценивают качество продукта и достижение целевых показателей проекта.

Этап проводится как в рамках самостоятельной работы, так и практических заданий в аудиторном формате. Преподаватель (наставник) может участвовать в самостоятельной работе обучающихся проекта (рекомендуется).

Основные шаги по тестированию и улучшению продукта в рамках **самостоятельной работы**:

Шаг1. Тестирование и улучшение. Созданный продукт или решение подвергаются тестированию. Это позволяет команде проверить функциональность, эффективность и соответствие гипотезе, которая была выдвинута на предыдущих этапах. Обнаруженные недочеты или проблемы решаются, а продукт или решение улучшаются в соответствии с полученной обратной связью.

(Шаг 2. Оценка – осуществляется в рамках практического занятия к теме 3.2)

Задания для самостоятельной работы к разделу 4

Теме 4.2. Подготовка отчёта по итогам реализации проекта

После подведения итогов реализации проекта командам студентов необходимо составить отчет по проекту.

Подготовка отчёта состоит из практических шагов, выполняемых в рамках практического занятия (шаги 3-5) и самостоятельной работы (шаги 1-2, 6). В рамках **самостоятельной работы** выполняются:

Шаг 1. Введение. Вводная часть, в которой резюмируются цели проекта и его контекст.

Шаг 2. Описание проекта. Подробное описание проекта, включая его цели, задачи, методы работы и изменения, предпринятые в ходе реализации.

(Шаг 3. Результаты и достижения – выполняется в рамках практического занятия к теме 4.2)

(Шаг 4. Анализ и оценка – выполняется в рамках практического занятия к теме 4.2)

(Шаг 5. Уроки и рекомендации – выполняется в рамках практического занятия к теме 4.2)

Шаг 6. Заключение. Заключительные мысли и благодарности участникам, и организациям, вовлеченным в проект.

Составление отчета поможет обучающимся усвоить и оценить свою работу, а также поделиться результатами и опытом с другими. Отчет также служит как ориентир и руководство для будущих участников проектов обучения служением.