



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

/ К.К. Поздняков
«29» февраля 2024 г.

**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**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине «КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ» разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанным-гостиничного бизнеса и гастрономии Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
кандидат экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	10
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	15
.....	21
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	21
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	31
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	31
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	56
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ..	56
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	61
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	61
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	68

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 включает 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	

<p>Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Кросс-культурные коммуникации: современные тенденции и актуальные проблемы</p>	<p>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.</p>
--	--

Тема 1.2. Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций

Разнообразие критериев типологии культур. Этноспецифические 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	<p>Понятие «идентичность» и ее виды. Этнокультурные 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 кросскультурному 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.</p>

<p>Тема 2.2. Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации</p>	<p>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.</p>
<p>РАЗДЕЛ 3. Научно-практические и методические аспекты взаимодействия национальных и корпоративных культур</p>	

<p>Тема 3.1. Особенности делового общения и этикета в различных культурах</p>	<p>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.</p>
--	--

<p>Тема 3.2. Взаимодействие национальной и корпоративной культур. Модели корпоративных культур в сравнительном контексте</p>	<p>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 культурноразнообразного 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.</p>
<p align="center">РАЗДЕЛ 4. Межкультурные коммуникации в туризме и гостеприимстве</p>	

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-культурной 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 «МВИ». «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 гида-экскурсовода 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.

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 13 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 степенью 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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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.¹⁴ 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 ставится 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.¹⁵ 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 фантастических. 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

Сущность и отличительные особенности кросс-культурных коммуникаций

- В условиях глобализации проблема взаимопонимания приобретает особенно острое и актуальное значение. Интеграционные процессы на международном уровне в различных сферах жизни, расширение официальных и неофициальных контактов между разными странами, высокая мобильность трудовых ресурсов, стремление современного общества к объединению усилий для решения глобальных задач: все это требует участия представителей различных национальностей в процессе межличностного взаимодействия.
- Рост числа международных контактов, означающий столкновение различных национальных особенностей поведения, ценностных установок, традиций, порождает множество проблем, с которыми встречаются участники межкультурного общения.
- Жизненно необходимым становится адекватное восприятие и правильная интерпретация передаваемой информации, что и предполагает все возрастающий интерес к проблеме понимания, особенно – взаимопонимания.

<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

Межкультурный менеджмент

Типы деловых культур по Тромпенаарсу

Тип культуры	«Семья»	«Управленческое развитие»	«Инициатор»	«Эффективный лидер»
ценности различны	важно кто делает, чем кто занимается	пусть кто образ жизни	важно кто принимает решения сам	важно кто делает, полагаясь на каждого участника
«обучение»	направлено на пользу семьи	ориентировано на проблемы	направлено на само-совершенствование	направлено на улучшение навыков, достижение успеха, защита своей деятельности
«матриарх»	проводится, если лидеру это необходимо	осуществляется (чужие Свистки)	приводит к победам	исполняет работу
«матриарх»	уходит лидеру	достижения компании	достижения тогда, когда не достигли	выполнение долга
«интерактивист»	поощряет лидера	результаты, опираясь на результаты	творческая работа	опирается на возможности, обязательной мотивации является
«руководитель-конформист»	основано на лидерстве	качество работы по сравнению с другими	качество лидерства	качество работы

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 пощадить
8. Свобода	Готовность прийти на помощь
9. Счастье	Честность
10. Внутренняя гармония	Воображение
11. Любовь	Независимость
12. Уверенность в завтрашнем дне	Интеллект
13. Удовольствие	Логика мышления
14. Спасение души	Способность любить
15. Самоуважение	Покорность
16. Общественное признание	Вежливость
17. Настоящая дружба	Ответственность
18. Мудрость	Самоконтроль

<https://skazka-arkhyz.ru/wp-content/uploads/2/7/8/27833f6e7d1a48693c59899a64e6c748.jpeg>

РАЗДЕЛ 2. Межкультурные различия

Тема 2.1. Проблема культурных различий и этноцентризм

Положительные стороны этноцентризма:

1. Группы, в которых существует этноцентризм более жизнеспособные, чем группы которые более терпимые к другим культурам.
2. Сплачивает группу, появляется патриотизм.
3. Этноцентризм – необходимое условие проявления национального самосознания.

Негативные стороны этноцентризма:

1. Национализм и презрение к другим культурам.
2. Консервативная роль по отношению к собственной культуре.

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

Основные виды

Вербальная коммуникация – представляет собой словесное взаимодействие сторон и осуществляется с помощью знаковых систем, главной среди которых является язык. К видам вербальной коммуникации относятся: устная и письменная речь, которая осуществляется посредством знаковой системы – языка и письменности.

Невербальная коммуникация – это общение, обмен информацией без помощи слов. Это: мимика, взгляд, жесты, поза, голосовые и интонационные средства, прикосновения, чувственное восприятие, проявление ощущений, пространственная структура общения, временная структура общения



https://origin-style.ru/800/600/http/images.myshared.ru/66/1357143/slide_3.jpg

Национальные особенности невербального общения

• Встречаясь с иностранцами или посещая другие страны, деловому человеку следует знать характерную для них мимику, жесты и позы. Легкомысленное обращение с обычными для нас жестами может привести к самым неожиданным последствиям. Усугубляет положение также и тот факт, что нередко одно и то же выразительное движение или жест у разных народов может иметь совершенно различное значение.




<https://cspid-pechatniki.ru/800/600/http/cf.ppt-online.org/files/slide/z/Z3tJ8K16IE4BFMmxka2PoqLOQXI0jWY5w79rCS/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

1. Деловой этикет как составная часть культуры общения

Этикет – большая и важная часть общечеловеческой культуры, впитавшая в себя представления народов о красоте, порядке, благоустройстве, бытовой целесообразности.



<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

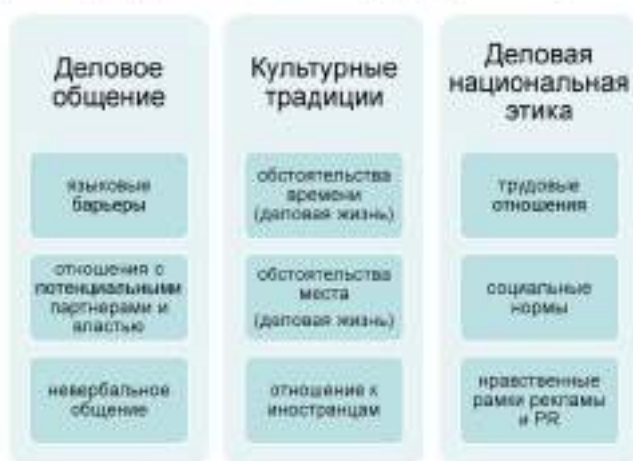
РАЗДЕЛ 4. Межкультурные коммуникации в туризме и гостеприимстве

Тема 4.1. Подготовка персонала индустрии туризма к работе в кросс-культурной среде



<https://konspekta.net/studopedianet/baza16/9107571762617.files/image002.png>

Кросс-культурный анализ в международном менеджменте



<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/ifaaf3a7ef910b8b3/version/1399987386/image.png>

Сущность и отличительные особенности кросс-культурных коммуникаций

- В условиях глобализации проблема взаимопонимания приобретает особенно острое и актуальное значение. Интеграционные процессы на международном уровне в различных сферах жизни, расширение официальных и неофициальных контактов между разными странами, высокая мобильность трудовых ресурсов, стремление современного общества к объединению усилий для решения глобальных задач - все это требует участия представителей различных национальностей в процессе межличностного взаимодействия.
- Рост числа международных контактов, означающий столкновение различных национальных особенностей поведения, ценностных установок, традиций, порождает множество проблем, с которыми встречаются участники межкультурного общения.
- Жизненно необходимым становится адекватное восприятие и правильная интерпретация передаваемой информации, что и предполагает все возрастающий интерес к проблеме понимания, особенно - взаимопонимания.

https://myslide.ru/documents_7/f6d6df02e585e0ed99ccf4534b9f3b99/img1.jpg

2. 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 полях²⁴ 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 насколько осознанно 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. *refere* – 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 x 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 заслушиванием 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 окончании 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 подрисовочными 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 по 29 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. Объем 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. 30
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 частности, 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.

32

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*.

34

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 иноэтническим 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-35 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 столбальную. 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, -37 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. Роквич, 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 общепрофессиональные 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, недооцениваются. 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 односторонние 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 неравенство 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 межкультурной коммуникации. Этноцентризм — это явление неоднозначное, однако исходя из сказанного ранее, подавляющее большинство исследователей рассматривает его как деструктивное явление. Одним из проявлений этноцентризма 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 анклавов 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 используемый 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,41 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, используемых 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.

43

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 отсутствию таковой.

По своей сути невербальная коммуникация представляет собой **обмен невербальными сообщениями** между людьми в процессе их общения, а 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 произвольны и спонтанны по своей природе: невербальное поведение практически не поддается сознательному контролю. Поэтому в 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 количеством⁴⁶ 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, скептически 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,⁴⁷ 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 большей 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.

48

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 недостаточно⁴⁹ 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 малозначимым 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 преобладающей 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, взаимообумовлять 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.), обуславливающих 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.⁵⁴ 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-культурной 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 сопровождается⁵⁵ 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 в 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 "уйди 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 монокронной 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 туристы взаимодействуют с местным населением, которое, в данном случае, будет рассматривать туристов, как некоторых субъектов, вторгшихся в их собственную культуру. Коммуникативное поведение индивидов является 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. Йошимури, 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

60

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 общепрофессиональные 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. Межкультурные 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 общепрофессиональные 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 гида-экскурсовода 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

Сущность и отличительные особенности кросс-культурных коммуникаций

- В условиях глобализации проблема взаимопонимания приобретает особенно острое и актуальное значение. Интеграционные процессы на международном уровне в различных сферах жизни, расширение официальных и неофициальных контактов между разными странами, высокая мобильность трудовых ресурсов, стремление современного общества к объединению усилий для решения глобальных задач – все это требует участия представителей различных национальностей в процессе межличностного взаимодействия.
- Рост числа международных контактов, означающий столкновение различных национальных особенностей поведения, ценностных установок, традиций, порождает множество проблем, с которыми встречаются участники межкультурного общения.
- Жизненно необходимым становится адекватное восприятие и правильная интерпретация передаваемой информации, что и предопределяет все возрастающий интерес к проблеме понимания, особенно – взаимопонимания.

<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 Trompenaars

Тип культуры	«Семья»	«Управленческий рынок»	«Индустрия»	«Эффективная фирма»
«Деловые отношения»	«Какое это дело? Чем кто занимается?»	«В каком образе связи?»	«Каждый представляет решение сам»	«На что вы идёте, полагаясь на своего друга?»
«Обучение»	«Направлено на послушание»	«Ориентировано на проблемы»	«Направлено на самоответственность»	«Направлено на приобретение навыков, способность находить решения своей деятельности»
«Мотивация»	«Проводится, если лидеру это необходимо»	«Осуществляется очень быстро»	«Присваивает мотивацию»	«Только другим мотивация нужна»
«Мотивация»	«Учитель лидеру»	«Достижения коллеги»	«Достижения того, чего не достиг»	«Власть и успех»
«Интеграция»	«Помощь лидеру»	«Результат успеха по»	«Плюс одна работа»	«Открыть на высочайшем уровне»
«Рациональная коммуникация»	«Успешность лидера»	«Результат успеха по»	«Личные достижения»	«Мотивация является целью и стимулом»

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 познать
8. Свобода	Готовность прийти на помощь
9. Счастье	Честность
10. Внутренняя гармония	Воображение
11. Любовь	Независимость
12. Уверенность в завтрашнем дне	Интеллект
13. Удовольствие	Логика мышления
14. Спасение души	Способность любить
15. Самоуважение	Покорность
16. Общественное признание	Вежливость
17. Настоящая дружба	Ответственность
18. Мудрость	Самоконтроль

<https://skazka-arkhyz.ru/wp-content/uploads/2/7/8/27833f6e7d1a48693c59899a64e6c748.jpeg>

РАЗДЕЛ 2. Межкультурные различия

Тема 2.1. Проблема культурных различий и этноцентризм

Положительные стороны этноцентризма:

1. Группы, в которых существует этноцентризм более жизнеспособные, чем группы которые более терпимые к другим культурам.
2. Сплачивает группу, появляется патриотизм.
3. Этноцентризм – необходимое условие проявления национального самосознания.

Негативные стороны этноцентризма:

1. Национализм и презрение к другим культурам.
2. Консервативная роль по отношению к собственной культуре.

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

Основные виды

Вербальная коммуникация – представляет собой словесное взаимодействие сторон и осуществляется с помощью знаковых систем, главной среди которых является язык. К видам вербальной коммуникации относятся: устная и письменная речь, которая осуществляется посредством знаковой системы – языка и письменности.

Невербальная коммуникация – это общение, обмен информацией без помощи слов. Это: мимика, взгляд, жесты, поза, голосовые и интонационные средства, прикосновения, чувственное восприятие, проявление ощущений, пространственная структура общения, временная структура общения



https://origin-style.ru/800/600/http/images.myshared.ru/66/1357143/slide_3.jpg

Национальные особенности невербального общения

• Встречаясь с иностранцами или посещая другие страны, деловому человеку следует знать характерную для них мимику, жесты и позы. Легкомысленное обращение с обычными для нас жестами может привести к самым неожиданным последствиям. Усугубляет положение также и тот факт, что нередко одно и то же выразительное движение или жест у разных народов может иметь совершенно различное значение.



<https://cspid-pechatniki.ru/800/600/http/cf.ppt-online.org/files/slide/z/Z3tJ8K16IE4BFMmxka2PoqLOQXI0jWY5w79rCS/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

1. Деловой этикет как составная часть культуры общения



Этикет – большая и важная часть общечеловеческой культуры, впитавшая в себя представления народов о красоте, порядке, благоустройстве, бытовой целесообразности.

<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

Уровни корпоративной культуры

1. Артефакты — это видимый уровень созданного в организации физического и социального окружения, являющий проявление корпоративной культуры.

Примеры:

- 1) Организация пространства
- 2) Дресс-код
- 3) Желательная манера поведения при коммуникации
- 4) Распределение ресурсов, в том числе времени
- 5) Условия продвижения и дресс-кода
- 6) Баланс между работой и личной жизнью



<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>

Кросс-культурный анализ в международном менеджменте



<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>

Сущность и отличительные особенности кросс-культурных коммуникаций

- В условиях глобализации проблема взаимопонимания приобретает особенно острое и актуальное значение. Интеграционные процессы на международном уровне в различных сферах жизни, расширение официальных и неофициальных контактов между разными странами, высокая мобильность трудовых ресурсов, стремление современного общества к объединению усилий для решения глобальных задач - все это требует участия представителей различных национальностей в процессе межличностного взаимодействия.
- Рост числа международных контактов, означающий столкновение различных национальных особенностей поведения, ценностных установок, традиций, порождает множество проблем, с которыми встречаются участники межкультурного общения.
- Жизненно необходимым становится адекватное восприятие и правильная интерпретация передаваемой информации, что и предполагает все возрастающий интерес к проблеме понимания, особенно - взаимопонимания.

https://myslide.ru/documents_7/f6d6df02e585e0ed99ccf4534b9f3b99/img1.jpg

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № 7 от «26» февраля 2024 года	01.09.2024
2.	*		
3.	*		
4.	*		



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
29 февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

*Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»*

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2024

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Сервисная деятельность» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *43.03.03 Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанно-гостиничного бизнеса Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
кандидат экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ ..	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю) .	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ.....	25
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	35
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	35
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	144
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	144
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	153
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	153
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	169

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 включает 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

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 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 степенью 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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 – навыков, 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 ставится 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 фантастических. 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 (технологии), 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 удастся 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. Зеппел, 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.

1.3. 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

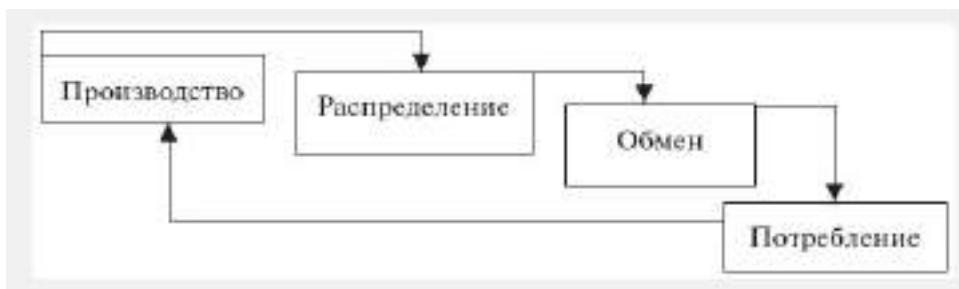


Рисунок Процесс воспроизводства услуг

Тема 1.2 Потребности человека с точки зрения экономики



Рисунок Классификация потребностей

объекта	потребность понимается как необходимость (нужда) для комфортного существования и нормальной деятельности (и жизнедеятельности) человека
состояния	потребности изучаются 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, признании 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 влечение 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

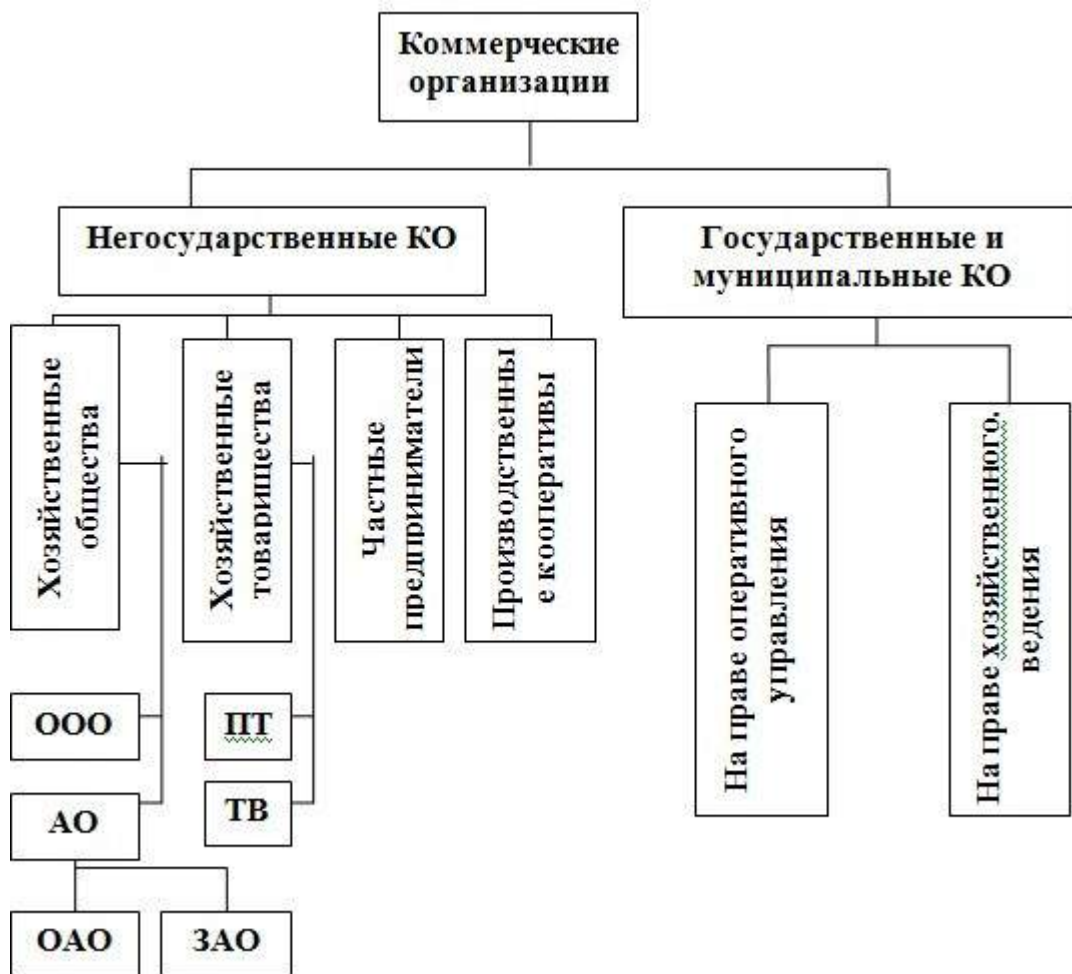


Рисунок Организационно-правовые формы коммерческих организаций



Рисунок Понятие услуги и сервисной деятельности

		Объект воздействия	
		Люди	Вещи
Действия по предоставлению услуг	Осязаемые	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	Институциональные 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

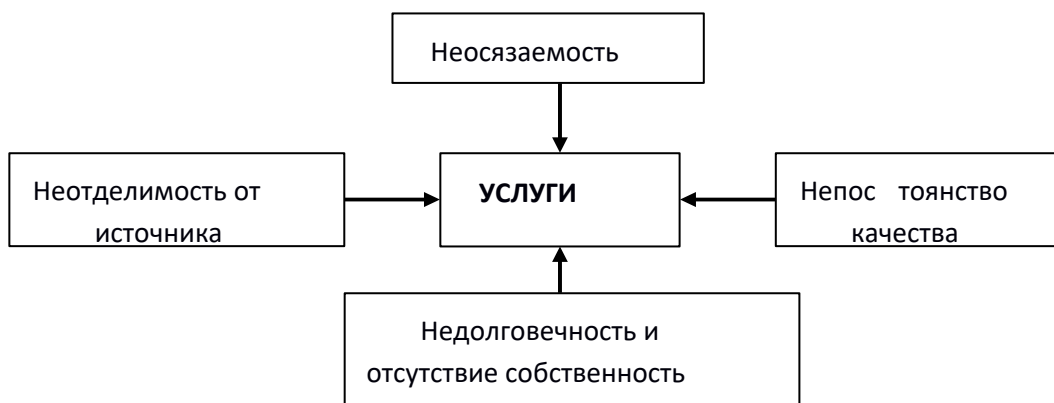


Рисунок Основные характеристики услуг

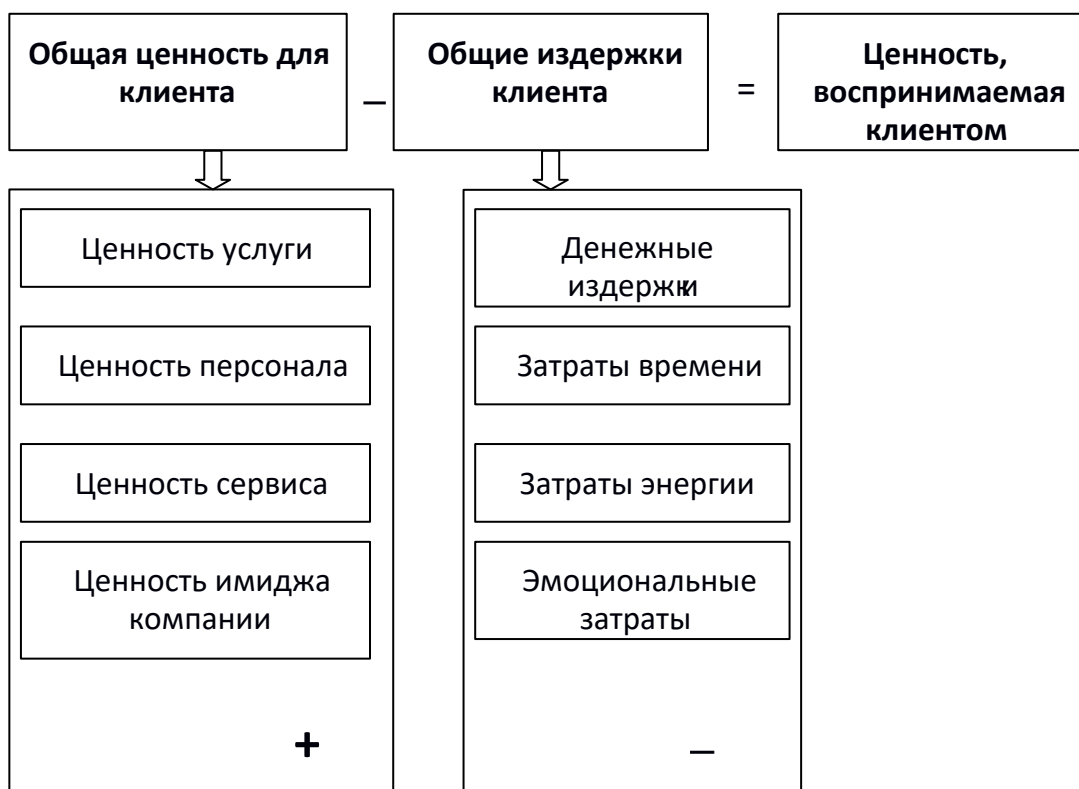


Рисунок Уравнение ценности услуги, воспринимаемой потребителем



Рисунок Модель ценности услуги

Рисунок Основные факторы, влияющие на показатели профильного качества и удовлетворенность 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

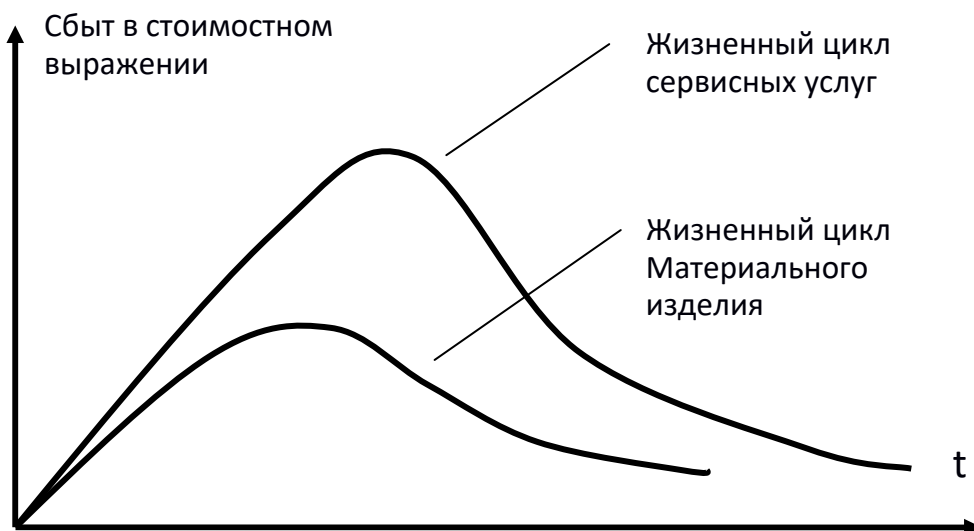


Рисунок Различия в кривых жизненного цикла товара и сопутствующих ему услуг



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

Стратегия компании единичного бизнеса (СЭБ)

Действия по изменению условий в отрасли и во внешней среде	Подход к вертикальной интеграции и созданию
Базовый конкурентный подход: - широта цели? - дифференциация? - маркетинговые шаги?	Действия по достижению конкурентных преимуществ
Ключевые функциональные стратегии: - в производстве, - в маркетинге, - НИОКР/технологии, - финансовом управлении, - кадровом потенциале	Оперативные действия по усилению конкурентных позиций и улучшению деятельности

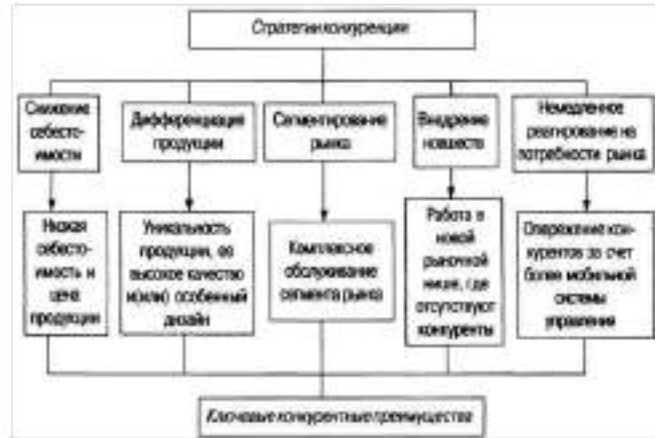


Рисунок Стратегия конкуренции

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

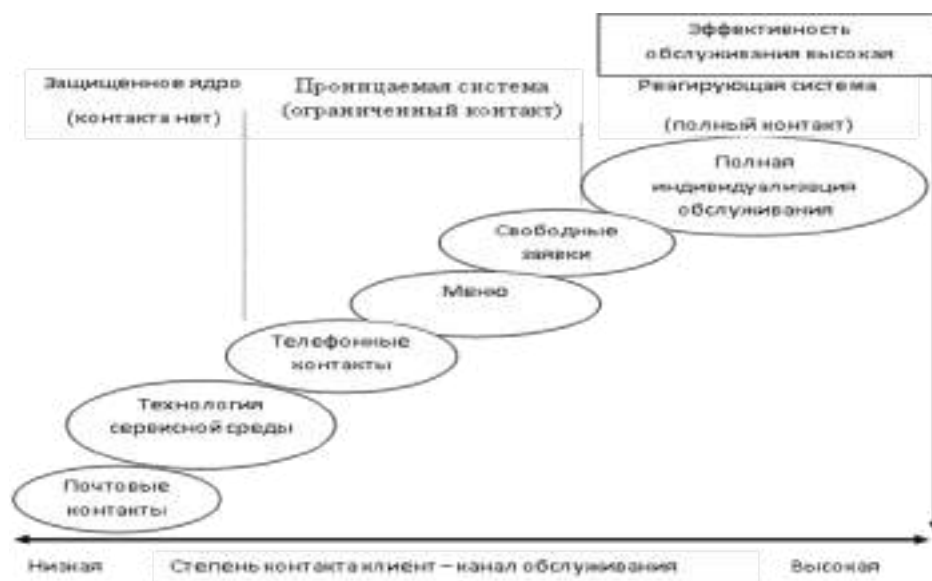


Рисунок Системная матрица предоставления услуг

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Сервисная деятельность» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических 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.

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 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 насколько осознанно 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 списокиспользованной 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 x 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 заслушиванием 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

➤ 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.

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

➤ 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.

➤ 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.

➤ 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.

➤ 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 окончании 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 подрисовочными 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 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.

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

- Объем презентации 10 -20 слайдов.
- 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.
- В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
- Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
- Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

- Объем презентации 10 -20 слайдов.
- Правильность оформления титульного слайда.
- Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
- Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
- Объем 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 демонстрируется 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 обобщенных 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 и 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. 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 обуславливается 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:

9. частично от величины дохода,
10. частично от других сопутствующих объективных обстоятельств и
11. 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 неосвязаемы 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 **транзакционный сектор** (изменение чисто социальных характеристик - принадлежности экономических благ комулибо). При таком подходе часть сферы услуг входит в трансформационный сектор (транспорт, образование), а часть - в транзакционный (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* – ресторанный-гостиничные услуги, путешествия, страхование, розничная торговля;
- *Производственные* – услуги, потребляемые домашними хозяйствами, 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 выбрать 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 нулевыми (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 выгоды 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. Кажется 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 1930-1940-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 организационно-правовой 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. psuche– 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 потребуются 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 ограничены (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 динамически активные 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 субъекта на преодоление возникшего дефицита. Существенный аспект человеческих потребностей – это их общественно-личностный 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 обуславливает 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 под 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 общественным потребностям), которые описаны в таблице 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, признании 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 влечение и т.п.

Предложив свою классификацию потребностей, А. Маслоу уточнил, что у человека не могут возникать высшие потребности (познавательные, эстетические и потребность в саморазвитии), 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 обуславливалось 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 сэндвича 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 заиклена 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-XIX 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, во-вторых, 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. Потребительские 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 из-за 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 приспособливаться 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 производственная 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 взаимосвязанных 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 только 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 обуславливает 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 суммой 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. Во-первых, 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-эксплуатационные), 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 хозяйственно-управленческим 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 организационно-правовой 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, шоу-бизнес, 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 **транзакционный 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 транзакционный (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, обслуживающие 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 оказывать 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 сопровождается товарноматериальными ценностями**, 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	Осязаемые	Стрижка; Обед в ресторане	Химическая чистка; Фрахт
	Неосязаемые	Образование; Театральная премьера	Банковская услуга; Юридическая консультация

Рисунок 1.1.3 - 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 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	Высокая	Самообслуживание	Ремонт оборудования, содержание жилья
	Низкая	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	Институциональные 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 ней, являются частью сферы потребительского обслуживания. Кроме того, в концептуальном представлении к потребительским услугам относится четвертая их часть, а три четверти - 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 активы.*

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 собственности -

<i>Осязаемые действий</i>	<i>Услуги, направленные на человека</i> Пассажирские перевозки Охрана здоровья Отели Салоны красоты Физиотерапия Спортклубы Рестораны, бары Парикмахерские Служба ритуальных услуг	<i>Услуги, направленные на физические объекты</i> 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 непроеизводственной 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 непроеизводственную 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 непроеизводственной 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/СРС).

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 А до Q); подразделы, группы, подгруппы и группировки, которые кодируются цифрами. Например, О 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, Н - «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, вычленимые 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 вычлениением 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 цивилизациями.

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 условиях 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 производство 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 полуполюгально 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 здоровые зубы 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 “BMW” (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. Остановившись 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 появиться не могут.

Как специфической экономической категории услугам, несмотря на их разнообразие, присущи характеристики, которые являются уникальными и присущие всем услугам: *неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство (гетерогенность) качества услуг, недолговечность и отсутствие собственности* (рис. 1.2.2).

Рисунок 1.2.2 – Основные характеристики услуг

Характеристики услуг

Неосвязаемость. Большая часть услуг неосвязаема. 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, испытываемые 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 особую 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 неосвязаемости 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 производителя 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 из 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 материально-вещественным 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 упрощают 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 материально-вещественных 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 связаны 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, испытываемая 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 какой-либо 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 социально-экономических, 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.	Теоретические 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 непроемственная 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 обуславливает 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 суммой 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, «ожидаящий 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 обуславливает необходимость использования методов оптимизации пакета услуг, а также управления жизненным циклом услуг (разработка новых и модификация уже существующих услуг, повышение рентабельности продаж).

18. Персонализация 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 персонализированных 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 профессиональной 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 конструктивно-технологических 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 конструкторско-технологических 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, пейджером. 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 прекращения 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 статьёй 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 фирм-производителей.

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, тем 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.

– второй 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 риск, 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 достижениях 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).** Покупатели 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 отгнать 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 производственно-коммерческих 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 рекламную-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 удастся 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 соответствии 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 принятия решения.

Например, десять лет назад бренд 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: фронт-офис - 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, масштабов, 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 масштабов 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, филанчатая 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, 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, крашенные 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 приходится 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 происходит передача машины клиенту, общение с приемщиком и менеджерами, ну и *третья - магазин запчастей и аксессуаров.*

Для банков и страховых компаний соотношение площадей фронт- и бэк-офиса 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. Фронт-офис 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 тройную роль, являясь специалистом по сервисным операциям, продавцом и частью самого сервисного продукта.

Из-за неосвязаемости 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 четко 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 не прямое 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. Изготавливаемые 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 управления 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 становятся 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. Психологи практики 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 конфликтозна, 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 все-таки 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 основных 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 возмущивший 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 – желание – 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.

Персонализация - 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 развитие 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 обслуживания, 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 (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (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. Корнеевского.
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, принципах 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,

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

УСЛУГТема 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. Зеpiel, И. Дж. Гутман и др.).
8. Использование моделей массового обслуживания при определении мощностей организации сферы услуг (Г. Вагнер, Е. Вентцель, Ю. И. Рыжиков, Х. Таха, Г. П. Фомин и др.).

Приложение № 3 к
методическим материалам по
дисциплине (модулю).
Учебно-наглядные пособия по
дисциплине(модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

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

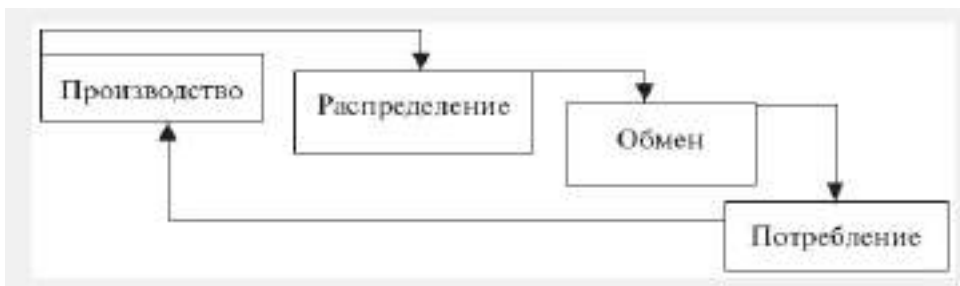


Рисунок Процесс воспроизводства услуг

Тема 1.2 Потребности человека с точки зрения экономики



Рисунок Классификация потребностей



Рисунок Структура факторов производства

Общественное производство	
Материальное производство	Нематериальное производство
<p>Обеспечивает материальную основу жизнедеятельности (продукты и услуги) общества.</p> <p>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.)</p>	<p>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</p>

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 изучаются 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, признании 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 влечение 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

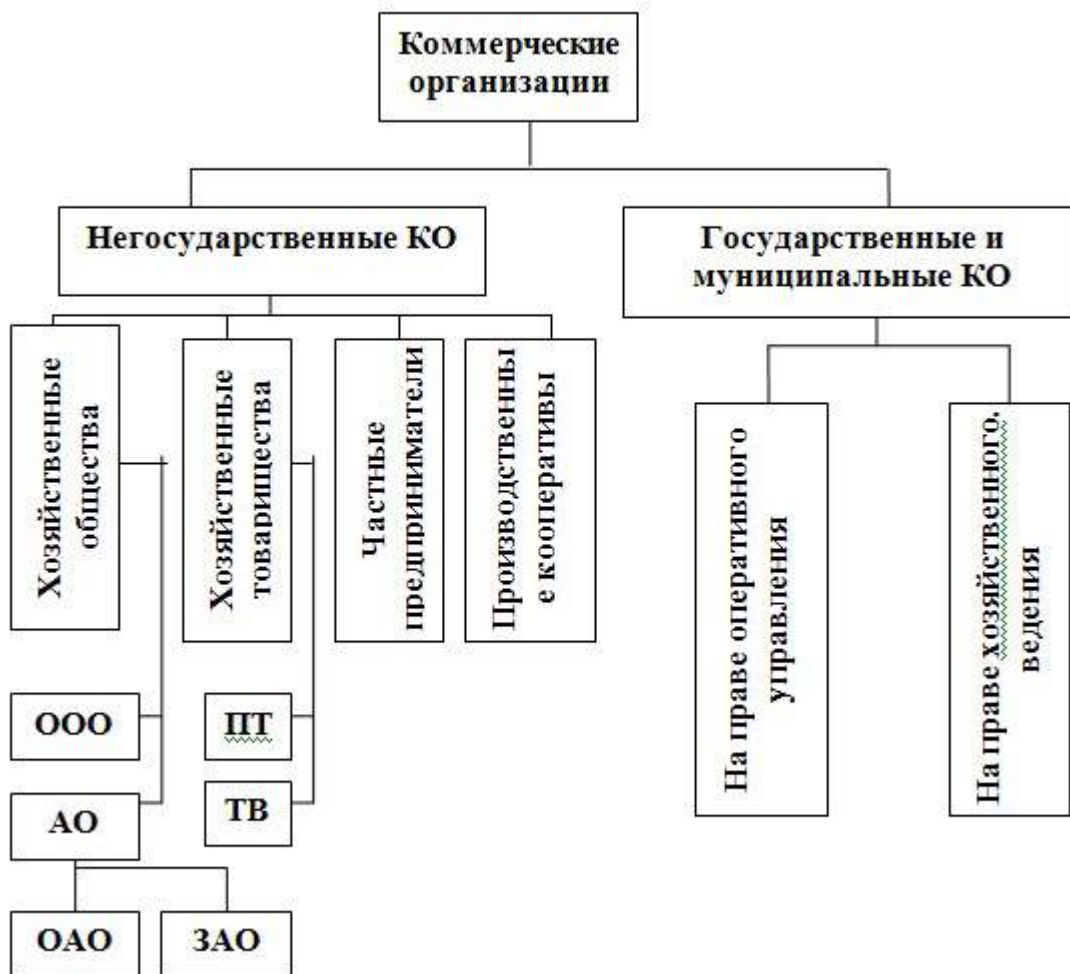


Рисунок Организационно-правовые формы коммерческих организаций



Рисунок Понятие услуги и сервисной деятельности

		Объект воздействия	
		Люди	Вещи
Действия по предоставлению услуг	Осязаемые	Стрижка; Обед в ресторане	Химическая чистка; Фрахт
	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	Институциональные 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

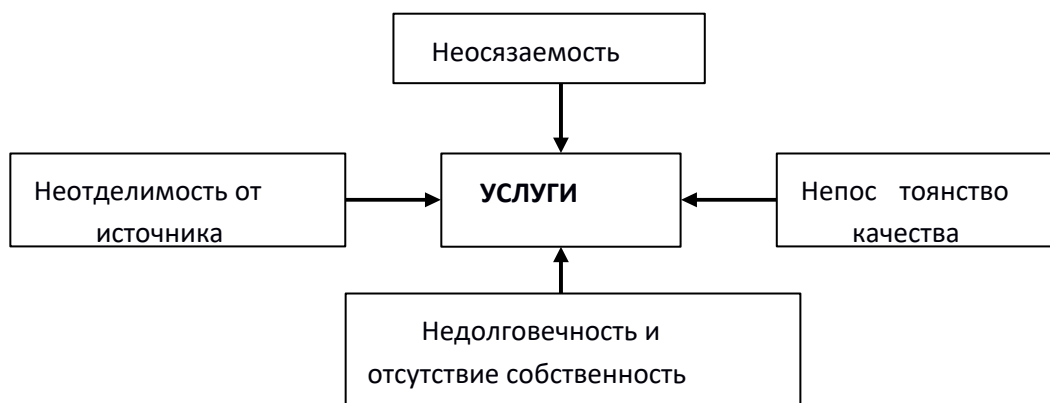


Рисунок Основные характеристики услуг

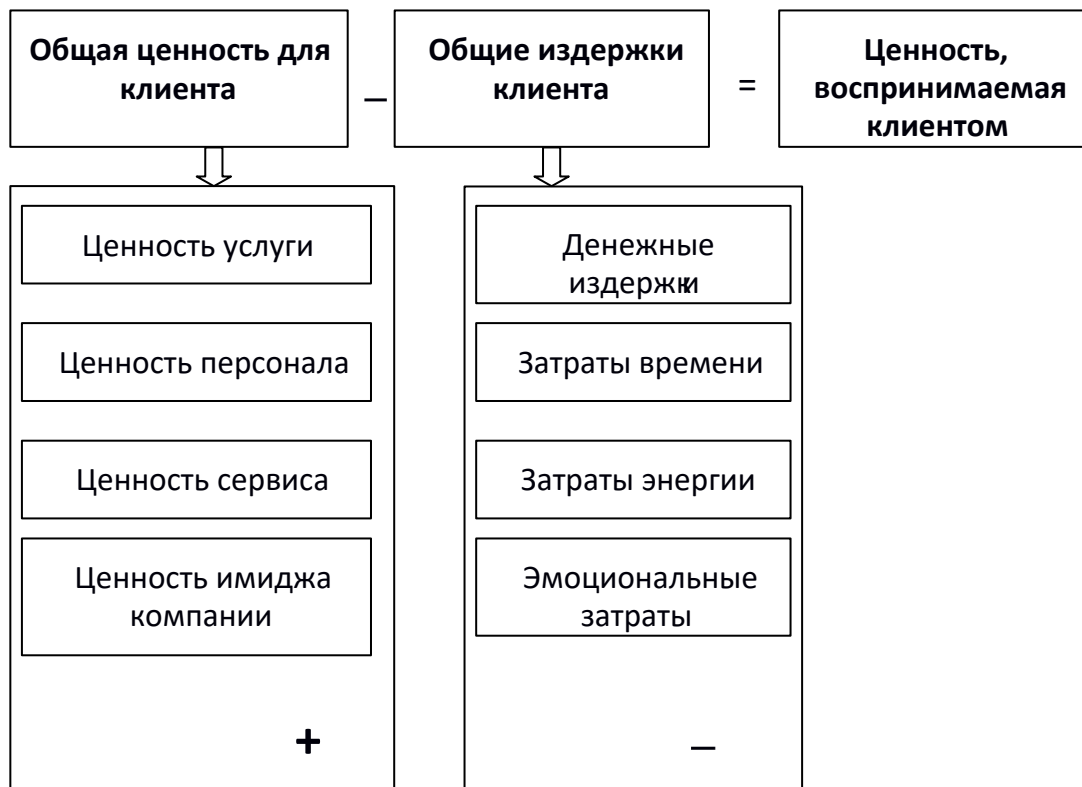


Рисунок Уравнение ценности услуги, воспринимаемой потребителем



Рисунок Модель ценности услуги



Рисунок Основные факторы, влияющие на показатели профильного качества 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



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

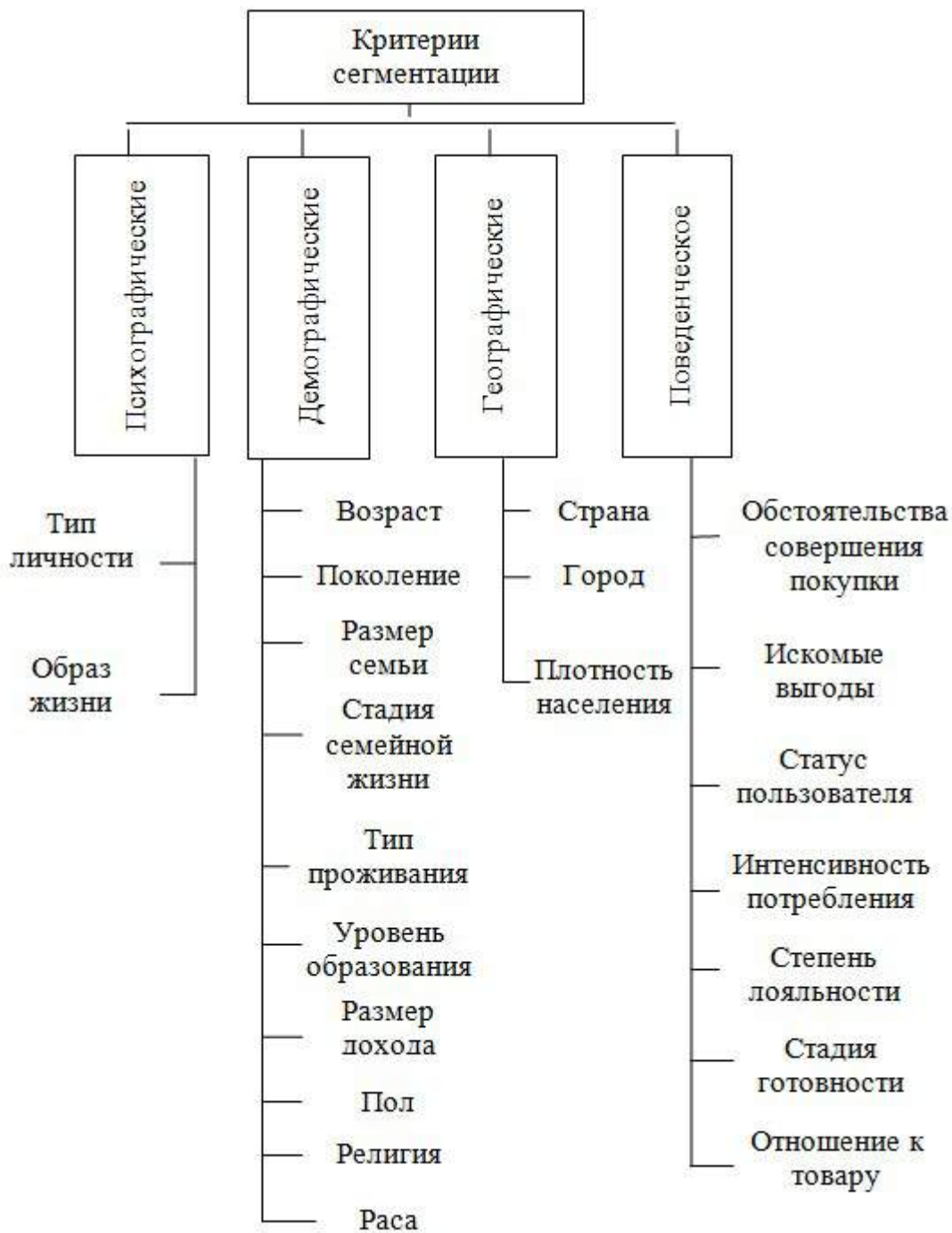


Рисунок Базовые критерии сегментации по Ф. Котлеру



Рисунок Стратегия развития компании

Стратегия компании одностороннего бизнеса (СЗХ)

Действия по изменению условий в отрасли и во внешней среде	Подход к вертикальной интеграции и созданию
Базовый конкурентный подход: - широта цены? - дифференциация? - маркетинговые изыски?	Действия по достижению конкурентных преимуществ
Ключевые функциональные стратегии: - в производстве, - маркетинге, - НИОКР/технологии, - финансовом управлении, - кадровом потенциале	Оперативные действия по усилению конкурентных позиций и улучшению деятельности



Рисунок Стратегия конкуренции

РАЗДЕЛ 4. МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ

Тема 4.1. «Контактная зона» как сфера реализации сервисной деятельности

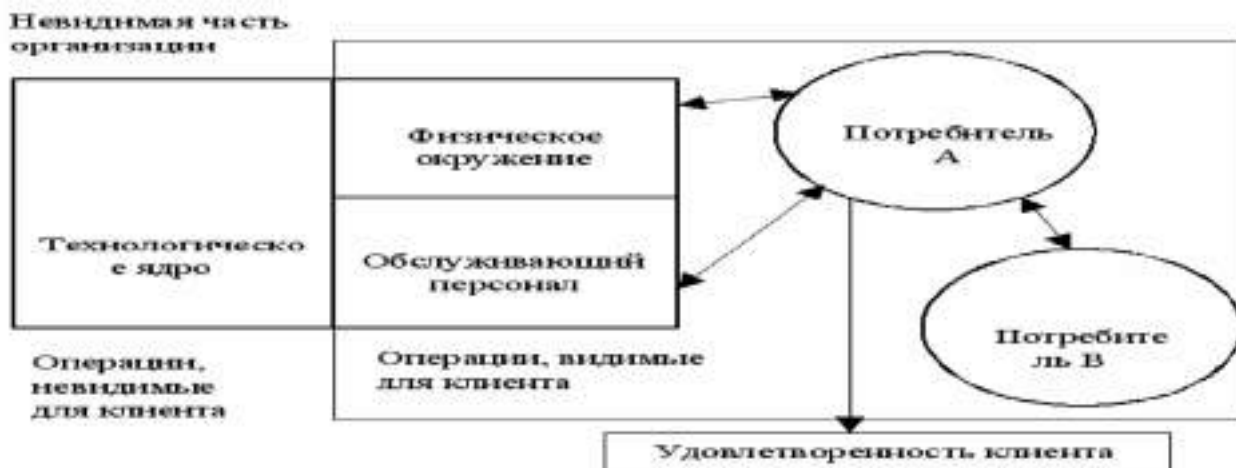


Рисунок Базовая модель организации сферы услуг – «servuction»

Тема 4.2. Основные методы предоставления услуг и формы

обслуживания



Рисунок Системная матрица предоставления услуг

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
➤	Методческие материалы дисциплины (модуля) актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «26» февраля 2024 года	01.09.2024
➤	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «____» _____ 20____ года	. . .
➤	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «____» _____ 20____ года	. . .
➤	*	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»**

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

К.К. Поздняков

29 февраля 2024 г.

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**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2024

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в индустрии туризма и гостеприимства» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *43.03.03 Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в индустрии туризма и гостеприимства» разработана рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанно-гостиничного бизнеса и гастрономии Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
кандидат экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	12
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	23
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	23
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю)	37
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	37
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	38
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	41
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	41
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	43

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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. 4
- 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

1.2. 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 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.
- Познавательные-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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 ставится 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 фантастических. 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 рынка 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

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

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



¹ Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).

Тема 2.2.. Обучение и мотивация персонала



2. 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 лекционных, 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 лекционному занятию 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 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 практическому занятию 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 практического занятия 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 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 насколько осознанно 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 x 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, то¹⁵ необходимо разяснять 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 окончании 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 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.¹⁷ 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 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.

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.

Критерии оценки выполнения кейс-задания

- умение провести разбор ситуации;
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- способность принимать управленческие решения;
- качество оформления отчета.

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

28. Объём презентации: 10-20 слайдов.
29. Правильность оформления титульного слайда.
30. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
31. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
32. 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. 20

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 демонстрируется 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 обобщенных 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

21

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 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. 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 современных условиях.

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)

1. 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 определяют 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 требуют 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. 25

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 (Нti). 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

2. 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 найм 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 найм 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 развернуто 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. 29
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, e-мейл рассылки, услуги КА и т.д)

3. Собеседование

Формат интервью может быть разным, 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 отрицательный)

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 до 30 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 записи, 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 придет 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 стремиться, 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 развиваться 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 отдадут 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 связана 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 выяснять, 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 руководителями, 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 будут 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 оценке 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 заслугами³⁵ 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 повышением 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 человека 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.

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических занятий по дисциплине
(модулю)**

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

**1. Дисциплина (модуль). УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ИНДУСТРИИ
ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

2. Раздел 1. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА

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 современных условиях.

4. Структура практического 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.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия, коллоквиум
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.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия, коллоквиум

5. Содержание практического 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. Анализ современного рынка труда РФ

Вопросы к обсуждению:

Практические задания: реферат

- Особенности рынка труда РФ.
- Развитие информационных технологий.
- Информационные поля.
- Особенности рынка труда как информационного поля.
- Модель рынка труда в условиях конкуренции.
- Механизм регулирования рынка труда.
- Проблемы найма при современном состоянии рынка труда РФ.
- Модель рабочего места.
- Правила определения требований к кандидатам на должность руководителей.
- Схема оценки индивидуальных способностей.
- Формирование иерархии потребностей организации в кадрах.
- Разработка и внедрение требований к должностям с учетом опережающего развития организации.

Требования к выполнению практического задания: контрольная работа

2. Современные способы подбора и адаптации персонала

Вопросы к обсуждению:

Практические задания: реферат

- Вербовка персонала.
- Способы специфического привлечения персонала.
- Зарождение и становление понятие адаптации в науке управление персоналом организации
- Подходы разных наук к определению понятия адаптации
- Классификация направлений адаптации личности в организации
- Аттестация персонала

Требования к выполнению практического задания: контрольная работа

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль). **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

2. Раздел 2. РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

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 современных условия.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность и содержание развития персонала организации. Основы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия, коллоквиум

	планирования карьеры. Кадровый резерв и его роль в системе управления персоналом. Виды кадрового резерва и принципы его формирования.	
2	Основы формирования кадрового резерва. Методы оценки персонала, профориентация персонала, рассмотрение современных технологии аттестации персонала	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия, коллоквиум

5. Содержание практического 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. Планирование карьеры и оценка персонала

Вопросы к обсуждению:

Сущность и содержание развития персонала организации

Методы развития персонала

Виды карьеры и их характеристика

Практические задания: реферат

Кадровый резерв и его роль в системе управления персоналом

Характеристика основных элементов системы управления талантами

Сущность и содержание процесса обучения персонала

Базовые концепции профессионального обучения

Перспективы развития профессионального обучения

Интерактивные виды обучения

Оптимальное сочетание внутреннего и внешнего обучения.

Способы увеличения способности системы профобучения к инновациям и гибкому реагированию на потребности рынка.

Требования к выполнению практического задания:

2. Обучение и мотивация персонала.

Вопросы к обсуждению:

Сущность деловой игры.

Сущность корпоративного тренинга.

Методы оценки экономической и социальной эффективности инвестиционных проектов в области профессионального обучения.

Практические задания: реферат

Технология компьютеризированного обучения.

Имитационное упражнение (баскет-метод).

Способы оценки эффективности профессионального обучения.

Мотивация и стимулирование персонала организации

Виды мотивов

Формы стимулирования персонала

Пирамида потребностей А. Маслоу

Теория мотивации Д. МакГрегора

Теория мотивации Герцберга

Теория мотивации Портера-Лоулера

Теория мотивации МакКлеланда

Требования к выполнению практического задания: контрольная работа

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

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



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «27» февраля 2024 года	01.09.2024
2.	*		
3.	*		
4.	*		



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

К.К. Поздняков

29 февраля 2024 г.

**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**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Информационные технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанно-гостиничного бизнеса и гастрономии Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
доктор экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Управляющий Отель Веллион
Сухаревский, Москва



М.Ф.Курджиева

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	9
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	14
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	23
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	23
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	54
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)...	54
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	62
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	67

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 включает 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	Общая характеристика гостиничного комплекса. Система автоматизации гостиниц Hotel-2000. Автоматизированная

управления комплексом	гостиничным	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
--------------------------	-------------	--

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 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 степенью 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 посредством 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 ставится 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 (технология), 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

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

¹ Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам 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/2/166469/8704483159af5abc5b694911a40eac5-800x.jpg>

Автоматизация ресторано-гостиничного бизнеса

Профессионалы разработали надежные и современные программные продукты в сфере автоматизации ресторано-гостиничного бизнеса. Это системы R-Keer, *Домино*, Сириус, IS-Parus, Трактор, Айко, IS-Бухгалтерия, Эксперт, Libro и другие

Терминал официанта Front office

Ваш ресторан

Терминал бармена, Кластер Front office

Принтер Горячего заказа

Принтер Холодного заказа

Ваш офис

Back office

КУХНЯ

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>

2. Система бронирования Amadeus

- Система бронирования **Amadeus** создана в **1987 г.** крупнейшими европейскими авиакомпаниями **Air France, Iberia, Lufthansa, SAS** и является одной из самых больших и распространенных систем резервирования. **Центр** сети находится в **Германии** (около **Мюнхена**).
- В настоящее время **Amadeus** - ведущая компьютерная **система бронирования в Европе**.
- В результате приобретения в **1995 г.** системы бронирования **System One** она активно продвигается и на **американский рынок**. Авиакомпания **Continental Airlines** стала совладельцем компании **Amadeus**.



- По объему международных бронирований эта система самая **крупная в мире**. Ее услугами пользуются более **70%** турагентов **Европы**, и **36 млн.** путешественников используют **Amadeus** каждый день.



3. Система бронирования Galileo

- Система **Galileo** - одна из крупнейших **CRS** в мире, основана в **1987 г.** авиакомпаниями **British Airways, Swireair, KLM** и **Boing**, к которым несколько позже присоединились **Alitalia** и **Australian Airlines**.
- В настоящее время в компании **3 млрд.** служащих, а ее центр находится в **Денвере** (штат Колорадо, США).
- Компания **Sabre**, имевшая свою собственную систему **Apollo**, переориентировала своих пользователей на **Galileo**, и в **1993 г.** система **Galileo** объединилась с системой **Apollo** в одну и получила название **Galileo International**.
- В новой компании примерно **50 %** капитала принадлежит североамериканским авиакомпаниям и **50 %** - европейским. Система **Apollo** широко используется в США, Мексике, в меньшей степени в Японии. Система **Galileo** распространена в **ста** странах мира, в том числе в Европе насчитывают более **150 тыс.** терминалов этой системы.



- Сервис сети позволяет обеспечивать туриста и турагента информацией о **туристских продуктах** и услугах, предусматривает **автоматизацию** как самого процесса бронирования авиабилетов, так и **заказ дополнительных услуг**, прямой обмен сообщениями.
- Более **80** крупнейших гостиничных компаний, таких, как **Raddison, Hilton, Holidays**, связаны с сетью и позволяют турагентам бронировать гостиничные места.

Источник: <http://www.myshared.ru/slide/1410960/>

Тема 2.1. Информационные системы менеджмента



Источник: <https://prezentacii.org/upload/cloud/19/05/147699/images/screen19.jpg>

Место и структура информационного менеджмента



Источник: <https://image3.slideserve.com/5744360/slide6-1.jpg>

Тема 2.2. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом



Информационная технология - это системно-организованная последовательность операций, выполняемых над информацией с использованием средств и методов автоматизации. Операциями являются элементарные действия над информацией.

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>

Основные направления развития информационных технологий в индустрии гостеприимства

- локальная автоматизация офиса
- внедрение прикладных программ автоматизации формирования, продвижения и реализации туристского продукта
- использование систем управления базами данных
- использование локальных компьютерных сетей
- внедрение систем бронирования
- внедрение мультимедийных маркетинговых систем
- использование сети Интернет

Источник: <https://image3.slideserve.com/5531909/slide2-1.jpg>

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания» 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 программой 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 насколько 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. *refere* – 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 x 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, показывается 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 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.

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. Объем 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. Объем 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. Объем 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 демонстрируется 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 частности, 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 обобщенных 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. 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 функционировании 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 объемов 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 АКРОС 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 социолога 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", "Worldspan", "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-Keerer, 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 способен 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 функционировании 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 (Continental 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 турагентству 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 фитнес-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 — в Эрдинге(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, круизных туров, прокату автомобилей для более чем 104 тыс. туристических агентств. Системой также пользуются свыше 36 тыс. представительств различных авиакомпаний для 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. Российские компьютерные системы бронирования

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 функционировании современных информационных технологий в сфере 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.

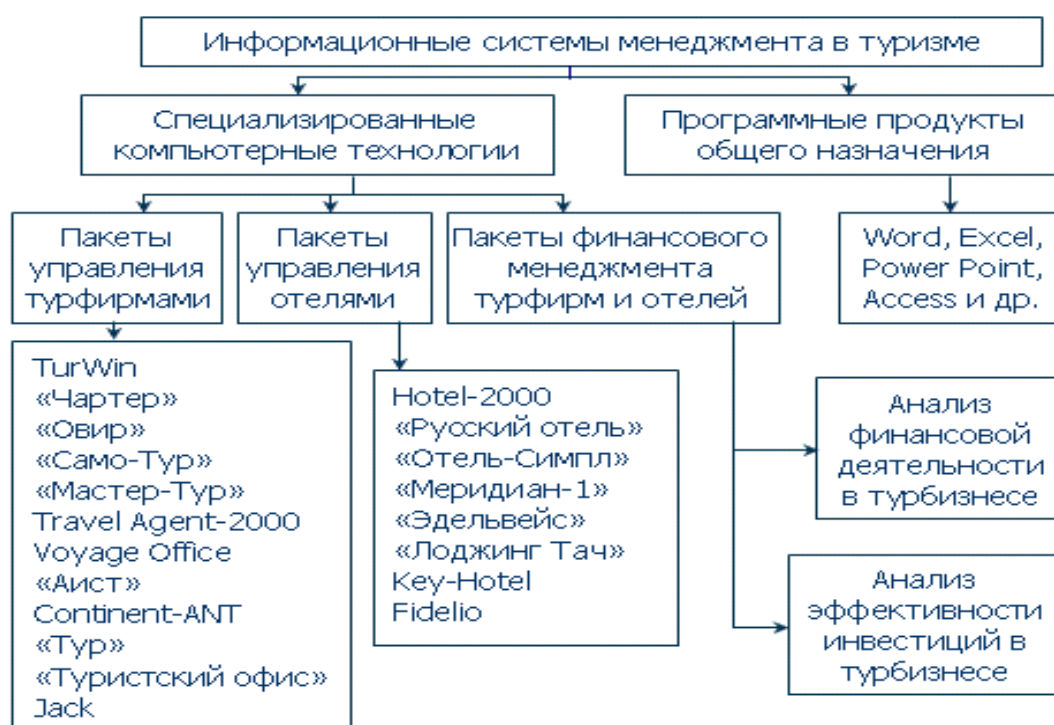
Классификация информационных технологий.

- 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 Рн 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 сберкассау на оплату госпошлины и за бланк, ярлык на конверт. Таким образом, 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 заполняемостью авиарейсов 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 мультивалютность 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 дружелюбный 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 автоматизированный 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 отправлениям, 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 функционировании современных информационных технологий в сфере 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 Senium.	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 телевидения 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 Концепт»),
- системы «Отель-Симпл»,

- «Меридиан-1» (фирма Nortel),
- система Kei-Hotel (фирма Kei-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;
- аккумулярование 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&V и Micros, которые могут взаимодействовать между собой.

Система Fidelio F&V 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»), ValchugVCempinsky, 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-Концепт», 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 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	Ограниченны	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			
.4	3 Защита информации от несанкционированного доступа (защищенность базы данных)	»	»	»
.5	3 Возможность использования терминальных клиентов («тонких клиентов»)	Нет	Нет	Да
.6	3 Интеграция с программами Microsoft Office 95/97/2000	»	»	Есть
.7	3 Создание отчетов и форм с помощью стандартных генераторов отчетов	»	Да	Да
.8	3 Создание новых отчетных форм и выходных документов (регистрационные карты, счета гостей и др.) силами гостиницы без обращения к поставщику	»	Нет	»
4	Локализация системы			
.1	4 Использование кодировки Unicode (стандарт для Windows приложений)	Нет	Нет	Есть
.2	4 Фискализация	»	Есть	»
.3	4 Соответствие требованиям УВИР по регистрации паспортов и ведению 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. Электронный каталог Business Travel Planner,
10. Электронный каталог 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 паромные перевозки,
 - д) осуществить резервирование билетов на посещение всевозможных культурных 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 функционировании современных информационных технологий в сфере 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 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/2/166469/8704483159af5abc5b694911a40eac5-800x.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>

2. Система бронирования Amadeus

- Система бронирования **Amadeus** создана в 1987 г. крупнейшими европейскими авиакомпаниями **Air France, Iberia, Lufthansa, SAS** и является одной из самых больших и распространенных систем резервирования. **Центр** сети находится в **Германии** (около **Мюнхена**).
- В настоящее время **Amadeus** - ведущая компьютерная **система бронирования в Европе**.
- В результате приобретения в 1995 г. системы бронирования **System One** она активно продвигается и на **американский рынок**. Авиакомпания **Continental Airlines** стала совладельцем компании **Amadeus**.

MyShared

2. Система бронирования Amadeus



- По объему международных бронирований эта система самая крупная в мире. Ее услугами пользуются более 70% турагентов Европы, и 36 млн. путешественников используют **Amadeus** каждый день.

MyShared



3. Система бронирования Galileo

- Система **Galileo** - одна из крупнейших **CRS** в мире, основана в 1987 г. авиакомпаниями **British Airways, Swissair, KLM** и **Scania**, к которым несколько позже присоединились **Alitalia** и **Austrian Airlines**.
- В настоящее время в компании 3 тыс. служащих, а ее центр находится в **Денвере** (штат Колорадо, США).
- Компания **Scania** имела свою собственную систему **Apollo**, переориентировав своих пользователей на **Galileo**, и в 1997 г. система **Galileo** объединилась с системой **Apollo** в одну и получила название **Galileo International**.
- В новой компании примерно 50 % капитала принадлежит североамериканским авиакомпаниям и 50 % - европейским. Система **Apollo** широко используется в США, Мексике, в меньшей степени в Японии. Система **Galileo** распространена в ста странах мира, в том числе в Европе насчитывается более 150 тыс. терминалов этой системы.

MyShared



- Сервис сети позволяет обеспечивать туриста и турагента информацией о **туристских продуктах** и услугах, предусматривает **автоматизацию** как самого процесса **бронирования авиабилетов**, так и **заказ дополнительных услуг**, прямой обмен сообщениями.
- Более **80** крупнейших гостиничных компаний, таких, как **Raddison, Hilton, Holidays**, связаны с сетью и позволяют турагентам бронировать гостиничные места.

MyShared

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>

Место и структура информационного менеджмента



Источник: <https://image3.slideserve.com/5744360/slide6-1.jpg>

Тема 2.2. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом



Информационная технология - это системно-организованная последовательность операций, выполняемых над информацией с использованием средств и методов автоматизации. Операциями являются элементарные действия над информацией.

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>

Основные направления развития информационных технологий в индустрии гостеприимства

- локальная автоматизация офиса
- внедрение прикладных программ автоматизации формирования, продвижения и реализации туристского продукта
- использование систем управления базами данных
- использование локальных компьютерных сетей
- внедрение систем бронирования
- внедрение мультимедийных маркетинговых систем
- использование сети Интернет

Источник: <https://image3.slideserve.com/5531909/slide2-1.jpg>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы по дисциплине (модулю) актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «26» февраля 2024 года	01.09.2023
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»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

К.К. Поздняков

29 февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Основы гостеприимства» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *43.03.03 Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанно-гостиничного бизнеса и гастрономии Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
кандидат экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Управляющий Отель Веллион
Сухаревский, Москва



М.Ф.Курджиева

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	7
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	12
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	29
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	39
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	39
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	95
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)...	95
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	111
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	129

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 включает 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

	<p>гостиниц системы AA. 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</p>
<p>Тема 2.2 Специализированные и альтернативные средства размещения</p>	<p>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 отеля. Особенности малых гостиниц. Особенности бизнес-отелей. Отличительные особенности курортных гостиниц и SPA – отелей. Особенности транзитных гостиниц. Роль личности в развитии гостиниц – Харвей.</p>
<p>РАЗДЕЛ 3. ГОСТИНИЦА КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ</p>	
<p>Тема 3.1 Базовые конфигурации гостиничных зданий и распределение площадей. Дизайн гостиничного интерьера</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 3.2 Современное состояние гостиничного дизайна. Фирменный стиль гостиницы и требования к нему</p>	<p>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</p>
<p>РАЗДЕЛ 4. ГОСТИНИЦА КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА</p>	
<p>Тема 4.1. Структура управления гостиницей: элементы и уровни</p>	<p>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.</p>

	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.

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 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый 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 фантастических. 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 (технологии), 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 необходимы для 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.

1.3. 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

Индустрия гостеприимства

- **Индустрия гостеприимства** — это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям.
- **Гостеприимство** — это то, что создает у гостя (клиента) представление о предприятии (гостинице, турфирме, ресторане, кафе и т. д.) как об одном из лучших в городе.

Источник: <https://ppt-online.org/629717>

Сущность индустрии гостеприимства

Индустрия гостеприимства – это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям.

В структуру индустрии гостеприимства входят:

- 1) предприятия общественного питания;
- 2) транспортные услуги;
- 3) культурно-развлекательные услуги.

Источник: <https://mypresentation.ru/fp/?documents/0bd57d459d854f64f27bb630771b3b44/industriya-gostepriimstva-i-servisnye-uslugi/11>

Роль специалистов в индустрии гостеприимства

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.



Тема 1.2 Зарождение и этапы развития гостеприимства

История развития гостиниц

Английское слово «hospitality» (гостеприимство) происходит от старофранцузского «хостис», 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 и 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 — предистория 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.

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-otелей-zvezdy/>

Сегодня для определения собственного статуса отели чаще всего используют буквенные и символические обозначения.

Так, до недавнего времени буквенная классификация использовалась в отелях Греции.

В Швеции по сей день в качестве обозначения класса вместо «звезды» используется «ключ», в Британии – «корона», а отелям на побережье Гоа присваиваются баллы.

Она платя отелей - отели роскошного класса и эконом-отели

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 постиниц, основанная на одной категории, но различающиеся 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	Economique
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

Специализированные гостиницы

Помимо обычных гостиниц, расположенных вдоль наиболее оживлённых магистралей, а также рядом с туристическими достопримечательностями, существуют более специализированные: курортные (расположены на пляжах, близ природных аттракционов), бизнес-отели (расположены в центре крупных деловых городов, с обязательным наличием многофункциональных, апартаментов класса «люкс»), SPA, отели-казино и др. Во многих странах распространены также так называемые гостиницы, предоставляющие услуги для отдыха сексуальных меньшинств, где клиенты нетрадиционной ориентации могут спокойно отдыхать, не боясь гомофобных реакций со стороны других клиентов или персонала.

В России также есть так называемые «ведомственные гостиницы», которые прикреплены к различным правительственным и муниципальным структурам, а также к крупным предприятиям и компаниям, для расселения командированных.



Источник: <https://slide-share.ru/organizaciya-deyatelnosti-sluzhbi-bronirovaniya-gostinichnikh-uslug-719980#>



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

Функционально-планировочные требования

- В состав гостиниц (в соответствии с ГОСТ Р 50645-94) могут входить следующие группы помещений и служб: приемно-вестибюльная, жилая, культурно-досуговая, физкультурно-оздоровительная, медицинского обслуживания, бытового обслуживания, предпринимательского питания, предприятий торговли, деловой деятельности, администрации и служб эксплуатации, помещений обслуживания, встроенно-пристроенных предприятий и учреждений.
- Назначение жилой и приемно-вестибюльной групп помещений является обязательным. Состав дополнительных помещений, повышающих комфорт гостиницы, не нормируется и принимается в соответствии с заданием на проектирование или с проектом.
- Жилая часть зданий гостиниц должна быть функционально и планировочно обособленной.



Источник: <https://dr-web.ru/prezentacii/interer-gostinicy-i-ego-vliyanie-na-kachestvo-obsluzhivaniya.html>

Классический стиль



Классический в переводе с латинского "classicus" означает образец, эталон, идеал. Также, к категории классики относят всё то, что можно назвать типичным, общепринятым, традиционным.

Скандинавский стиль



В качестве главного цвета выбран белый и другие светлые оттенки, а основным мотивом служат четкие, графические линии. Для создания мебели и декора используются только натуральные материалы.

Источник: <https://myslide.ru/presentation/sovremennyye-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>

Уровень вертикального разделения труда



Чем больше ступеней иерархической лестницы между высшим уровнем управления и исполнителями, тем более сложной является данная организация.

Горизонтальная дифференциация/специализация



Направлена на дифференциацию функций.

Источник: <https://ppt-online.org/11847>

РАЗЛИЧНЫЕ МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

Первая модель - модель Ритца, связана с именем швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца. Основная ставка в этих престижных гостиницах делается на европейские традиции изысканности и аристократизма.

Вторая модель связана с именем американца Жюльена Уилсона (гостиничная цепь Holiday Inn). Она отличается значительной гибкостью при удовлетворении потребностей клиентов в сочетании с соблюдением высоких стандартов обслуживания. Основные требования к гостиничным цепям, разработанным по этой модели, сводятся к следующим моментам: единая сеть (архитектура, интерьер); единая обстановка и внешний облик; просторный и функциональный холл; скорость регистрации клиентов; номера, предусмотренные для постояльцев; завтрак; ежедневный стир; наличие конференц-зала; гибкая система тарифов; единое управление; маркетинг и служба обслуживания.

Третья модель - «независимые» гостиничные цепочки (например, Best Western). В данном случае под единой торговой маркой объединяются гостиницы по однородным признакам, выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимый от вместимости, от страны расположения. Отели-члены цепи платят взносы в единый фонд, который расходуется на совместную рекламу и маркетинговую деятельность, продвижение продукта.

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/>

Организационные структуры управления в гостиницах

- **Административная служба** занимается созданием и поддержанием необходимых условий труда для персонала гостиницы, контролирует соблюдение установленных норм и правил по охране труда, технике безопасности, противопожарной и экологической безопасности.

Организационные структуры управления в гостиницах

- **Служба приема и расчетная часть** занимается решением вопросов, связанных с бронированием и распределением номеров, приемом туристов, прибывающих в гостиницу, их регистрацией и размещением по номерам, а также отправкой домой или к следующему пункту маршрута путешествия.



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/>

Служба эксплуатации номерного фонда

- обеспечивает техническое обслуживание и ремонт жилых и вспомогательных помещений,
- подготовку их к заселению,
- уборку и вывод из эксплуатации номеров для косметического или планового ремонта.



Служба организации питания

Обеспечивает обслуживание гостей предприятия в ресторанах, кафе или барах гостиницы, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и т.д.



Источник: <https://ppt-online.org/191985>

Тема 5.2. Службы предоставления дополнительных услуг

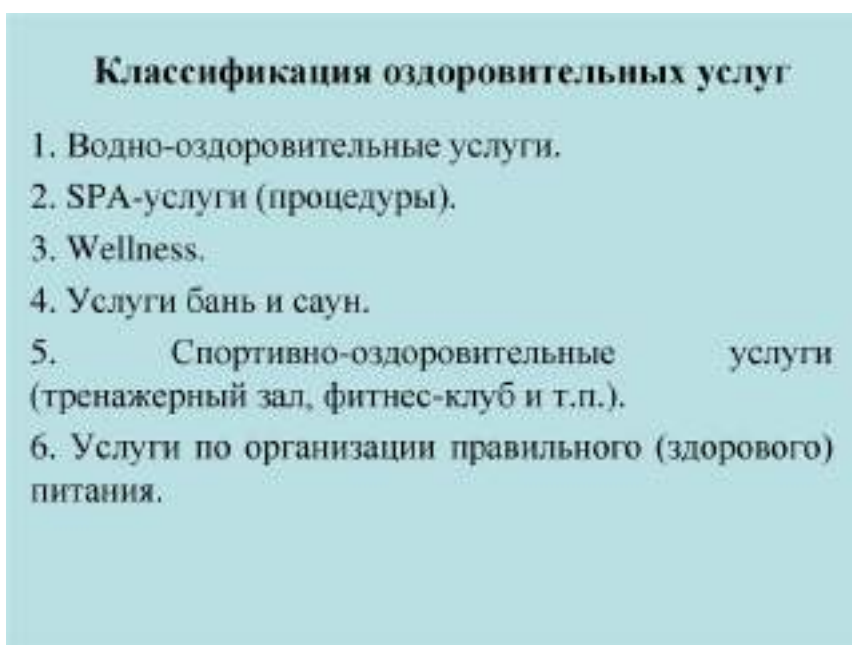
- Дополнительные услуги гостиницы подразделяются на две категории:
 -) услуги, оказываемые непосредственно самой гостиницей (то есть собственными силами);
 -) услуги, оказываемые силами сторонних организаций.
- Услуги, которые предоставляются гостю, во многом определяются тем, насколько гостиница будет иметь постоянный доход и, соответственно, возможность расширения гостиничного бизнеса.
- Исходя из того, к какой категории принадлежит гостиница, можно делать выводы о количестве и качестве предоставляемых в ней дополнительных услуг. Для средних и крупных туркомплексов (тургостиниц, полносервисных отелей и др.) со средним и высоким уровнем комфортабельности характерно наличие огромного перечня дополнительных услуг:
 - услуги организаций общественного питания (бар, ресторан, кафе, буфет, пивной бар);
 - инфраструктура развлечений (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);
 - экскурсионное обслуживание, услуги гидов-переводчиков;
 - организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты и т.д.;

MyShared

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

Взгляд на стратегии будущего

- Глобализация – интернациональный характер гостиничного бизнеса;
- Новые технологии – как фактор повышения конкурентоспособности;
- Консолидация – слияние и перераспределение гостиничных предприятий по различным формам собственности;
- Вертикальная и горизонтальная интеграция – предпочтение клиента «приобретать из одного источника»;
- Развитие торговой марки.

64

Источник:<https://ppt-online.org/138953>

Международные и российские гостиничные цепи

Гостиничные цепи - это группы гостиниц, осуществляющие коллективный бизнес и находящиеся под непосредственным контролем руководства цепью.

Руководство цепи предприятий получает преимущества от любой прибыли, но в то же время несет и бремя ответственности за операционные потери.

12/15/16

3



- Существует два основных вида гостиничных цепей:
- интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и
- гостиничный консорциум, который объединяет независимые отели.

12/15/16

T

Источник: <https://present5.com/mezhdunarodnye-i-rossijskie-gostinichnye-cepi-modeli-mezhdunarodnyh/>

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-predpriyatij-gostinichnyh-uslug-na-osnove-reputacionnogo-potenciala-albina-chaplina/read/page-1.html>

Тема 6.2. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг

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

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/>

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Основы гостеприимства» 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. 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 x 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 окончании 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 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.

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. Объем 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.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 неосвязаема 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 отказать 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 имела 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 постоянные дворы строились уже не для путешественников, а скорее для населения, употребляющего алкогольные напитки.

В Средние века количество постоянных 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 постоянные дворы были не так распространены. Чаще всего в селах находился один постоялый двор, обслуживающий всех приезжающих людей.

Более состоятельные люди на постоянных дворах не останавливались, а путешествовали в своем экипаже или верхом. Бедное население, совершающее такие поездки самостоятельно, в такие заведения не пускали.

Во всех постоянных 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 сутились 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 — постоянные 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 гостинными 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 перекрестках 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 основных 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 международную классификацию 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: А, В, С, 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 особенностям 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;

- постоянные дворы - от 1 до 3 звезд;

- пансионаты - 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 Постановлении 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) апартамент-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 размещения.

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 средствам 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 ночевки 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 — приходиться, 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, представляющиеся 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 обычных 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 сильнее.

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 недорогих 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 отели, 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.

Лоджи уникальны 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).

Санаторий- 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.

Санаторий-профилакторий – 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 деревенского типа. В домах имеются кровати, печное отопление, баня, туалет, мусорная яма.

Туристические стоянки - это оборудованные места (костровище со скамьями, запас дров, стол со 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 и др.

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, спортивные площадки 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	Информационная лекция Обзорная лекция

	размещения гостиничного комплекса	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 отдадут 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 четкие 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 тоже увеличивается, номера становятся все более технически оснащенными. Приведем существующие стили дизайна для оформления интерьеров.

1. Эkleктика. Стилъ довольно утилитарен, так как позволяет максимально эффективно использовать предметы и пространство, что немаловажно для гостиничных номеров. Стилъ эkleктики сочетает различные стили и направления. Элементы разных стилей противостоят друг другу. Отличительной особенностью: обилие текстиля, использование мебели смешанной стилистики, множество декоративных элементов. Очень часто интерьер в стиле эkleктика достигается с помощью внесения элементов стилиа арт-деко в классический или наоборот современный интерьер.

2. Классический стилъ. Несмотря на большое количество модных тенденций и направлений в современном дизайне отели, как правило, останавливаются на классике, так как гостиничный бизнес довольно консервативен. Данный стилъ 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 стилъ всегда в моде, в отличие от современных модных направлений. Основная черта стилиа — лаконичность, строгая гармония пропорций.

3. Модерн. Стилъ 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 стилиа — сотворение прекрасного. Отличительные черты: пластичные формы, обилие текстиля. Основной выразительной формой и мотивом стилиа 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 nouveau — новое искусство). Самый популярный стилъ современных европейских гостиниц, в России представлен слабо. Арт-нуво требует глубины понимания как от дизайнера, так и от заказчика. Стилъ арт-нуво берет свое начало из стилиа модерн, источник вдохновения — природа. Арт-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 стилъ 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 сочетание 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. Ампи́р. 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 ампи́р характерны яркие, насыщенные цвета. Широко используются белый, синий, красный, золото, пурпур. Следует подчеркнуть, что яркий цвет в стиле ампи́р — 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 детализировки 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, ремонтно-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_obslyuzhivaniya

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 с современным 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.

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, характеризующаяся 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 проходят все команды управления. В этом случае управленческие звенья несут ответственность за результаты всей деятельности управляемых ими объектов. Речь идет о по объектному 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 занимают 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):

а) гостиницы, находящиеся под управлением самого владельца;

б) гостиницы, для управления которых привлекаются специалисты-менеджеры или управленческие компании;

2. гостиницы, объединенные в гостиничные цепи:

а) 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;

б) гостиницы, которые присоединились к гостиничной цепи. Их участие в бизнесе регулируется договором франшизы;

3. объединение гостиниц, управляемое профессиональными гостиничными компаниями:

а) 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;

б) 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;

в) 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 телевидения, 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 представлена службой маркетинга.

Данная служба определяет доходную часть, придерживаясь важнейших организационных моментов и действий. Основная задача данной службы – это увеличение доходов предприятия от реализации услуг для потенциальных клиентов. Коммерческая служба должна материализовать систему сервисной деятельности, определяя ее эффективные и оптимальные компоненты.

Так, используемый маркетинг выступает в качестве средства отбора потребностей посетителей, инструмента для их анализа. Сервис маркетинга представляет собой инструмент ценообразования с учетом платежеспособности посетителей. Специалисты в области маркетинга развивают активность потребления, достигая желаемого результата. Сервис необходимо трансформировать для клиентов таким образом, чтобы зона риска предпринимательства снизилась до минимума.

Коммерческая служба опирается на сервисную структуру, формируя самостоятельную индустрию гостеприимства, где складываются сегмент доходной части гостиничного бизнеса. Она имеет усложненный характер, а также вынуждена постоянно обновляться и совершенствоваться исходя из регулярного обновления рынка. Создаваемая концепция маркетинга должна предусматривать:

1. Экономия 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. В данном сотрудничестве необходимо добиваться своевременного расчета, избегая накопления задолженности. Таким образом коммерческая служба выступает в качестве важнейшего достижения единства услуг с системой сервиса.

Взаимодействуя со всеми службами, коммерческая служба совершенствуется, формируя повышенный процент доверия иных служб к себе. Доверие формируется за счет совершенствования рекламы, проведения выставочных мероприятий,

формирования дегустационных услуг, внедрения бронирования услуг, повышения их качества, эффективного использования предоставленных площадей, сохранения сезонной востребованности, а также сочетания 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 случиться, 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.

№	Содержание кратко	Методы и средства
---	-------------------	-------------------

п/п		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
- телефонная служба (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 - ресертiон

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 гостинице, 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.

Мягкое 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, № кредитной 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 (HSCP 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 до 18 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 (Accommodation).

III. Проживание (Staying) гостя в отеле и обслуживание во время проживания.

IV. Выезд (Departure), который включает выписку гостя (Check 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 бдительно и соблюдать установленный режим работы отеля по учету гостей и выдачи ключей гостю, вести контроль за сохранностью 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--tehnologicheskij-tsikl-obslyzhvaniya-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 обуславливать 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 правильного 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 ТВ, 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 дипломатичными и, сохраняя 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.ru/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 инвентарь.

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 требованиях 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, принадлежащим частным собственникам, разнообразят этот сегмент рынка 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 практически 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 услуг. 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 тенденциями 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 Л юксари 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 Л юксари 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 Л юксари 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 контролирование 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 (аномалика), 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 и их 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.

- изучить историческое 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. Структура практического (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. Содержание практического (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 уровень комфорта и качественные условия для обслуживания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
---	---	---

5. Содержание практического (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 с современным состоянием гостиничного дизайна в России;
- изучить как создается фирменный стиль гостиницы и основные требования к нему;
- рассмотреть этапы разработки фирменного стиля.

4. Структура практического (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.

№	Содержание кратко	Методы и средства
---	-------------------	-------------------

п/п		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
 Bucket 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. Содержание практического (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

Не раньше, чем...

Недели через две...

Простите за ...

Говорите

Как только...

1 июня, 10 августа (то есть точная дата)

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

Содержание 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

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>

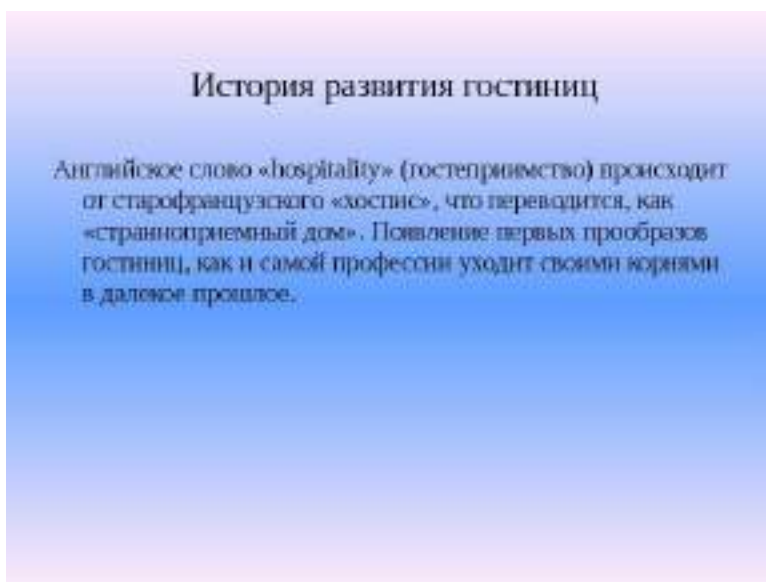


Источник: <https://mypresentation.ru/fp/?documents/0bd57d459d854f64f27bb630771b3b44/industriya-gostepriimstva-i-servisnye-uslugi/11>



Источник: <https://present5.com/industriya-gostepriimstva-industriya-gostepriimstva-eto-kompleksnaya/>

Тема 1.2 Зарождение и этапы развития гостеприимства



История развития гостиниц

Прообразы гостиниц имелись и на Ближнем Востоке, в Закавказье и Средней Азии. Купцы с караванами путешествовали по пустыням и предгорьям.

Караван-сарай — своеобразный гостиничный комплекс, включавший в себя загон для верблюдов и помещения для ночлега людей.



История развития гостиниц

В истории развития гостиничного дела различают четыре этапа:

- Первый этап — предистория 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

Классификация средств размещения, рекомендуемая ВТО



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-otелей-zvezdy/>

Сегодня для определения собственного статуса отели чаще всего используют буквенные и символические обозначения.

Так, до недавнего времени буквенная классификация использовалась в отелях Греции.

В Швеции по сей день в качестве обозначения класса вместо «звезды» используется «ключ», в Британии – «корона», а отелям на побережье Гоа присваиваются баллы.

Она платя отелей - отели роскошного класса и эконом-отели

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 постиниц, основанная на одной категории, но различающиеся 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	Economique
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

Специализированные гостиницы

Помимо обычных гостиниц, расположенных вдоль наиболее оживлённых магистралей, а также рядом с туристическими достопримечательностями, существуют более специализированные: курортные (расположены на пляжах, близ природных аттракционов), бизнес-отели (расположены в центре крупных деловых городов, с обязательным наличием многофункциональных, апартаментов класса «люкс»), SPA, отели-казино и др. Во многих странах распространены также так называемые гостиницы, предоставляющие услуги для отдыха сексуальных меньшинств, где клиенты нетрадиционной ориентации могут спокойно отдыхать, не боясь гомофобных реакций со стороны других клиентов или персонала.

В России также есть так называемые «ведомственные гостиницы», которые прикреплены к различным правительственным и муниципальным структурам, а также к крупным предприятиям и компаниям, для расселения командированных.



Источник: <https://slide-share.ru/organizaciya-deyatelnosti-sluzhbi-bronirovaniya-gostinichnikh-uslug-719980#>



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

Функционально-планировочные требования

- В состав гостиниц (в соответствии с ГОСТ Р 50645-94) могут входить следующие группы помещений и служб: приемно-вестибюльная, жилая, культурно-досуговая, физкультурно-оздоровительная, медицинского обслуживания, бытового обслуживания, предпринимательского назначения, предприятий торговли, деловой деятельности, администрации и служб эксплуатации, помещений обслуживания, встроенно-пристроенных предприятий и учреждений.
- Надлежащая жилая и приемно-вестибюльная группы помещений являются обязательными. Состав дополнительных помещений, повышающих комфорт гостиницы, не нормируется и принимается в соответствии с заданием на проектирование или с проектом.
- Жилая часть зданий гостиниц должна быть функционально и планировочно обособленной.



Источник: <https://dr-web.ru/prezentacii/interer-gostinicy-i-ego-vliyanie-na-kachestvo-obsluzhivaniya.html>

Классический стиль



Классический в переводе с латинского "classicus" означает образец, эталон, идеал. Также, к категории классики относят всё то, что можно назвать типичным, общепринятым, традиционным.

Скандинавский стиль



В качестве главного цвета выбран белый и другие светлые оттенки, а основным мотивом служат четкие, графические линии. Для создания мебели и декора используются только натуральные материалы.

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>

Уровень вертикального разделения труда



Чем больше ступеней иерархической лестницы между высшим уровнем управления и исполнителями, тем более сложной является данная организация.

Горизонтальная дифференциация/специализация



Направлена на дифференциацию функций.

Источник: <https://ppt-online.org/11847>

РАЗЛИЧНЫЕ МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

Первая модель - модель Ритца, связана с именем швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца. Основная ставка в этих престижных гостиницах делается на европейские традиции изысканности и аристократизма.

Вторая модель связана с именем американца Жимонса Уилсона (гостиничная цепь Holiday Inn). Она отличается значительной гибкостью при удовлетворении потребностей клиентов в сочетании с соблюдением высоких стандартов обслуживания. Основные требования к гостиничным цепям, разработанным по этой модели, сводятся к следующим моментам: единая сеть (архитектура, интерьер); единая обстановка и внешний вид; информативный, просторный и функциональный холл; скорость регистрации клиентов; номера, предусмотренные для постояльцев клиентов; завтрак ежедневный; стиль; наличие конференц-зала; гибкая система тарифов; единое управление; маркетинг и служба обслуживания.

Третья модель - «независимые» гостиничные цепочки (например, Best Western). В данном случае под единой торговой маркой объединяются гостиницы по однородным признакам, выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимый от местности, от страны расположения. Отели-члены цепи платят взносы в единый фонд, который расходуется на совместную рекламу и маркетинговую деятельность, продвижение продукта.

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/>

Организационные структуры управления в гостиницах

- **Административная служба** занимается созданием и поддержанием необходимых условий труда для персонала гостиницы, контролирует соблюдение установленных норм и правил по охране труда, технике безопасности, противопожарной и экологической безопасности.

Организационные структуры управления в гостиницах

- **Служба приема и расчетная часть** занимается решением вопросов, связанных с бронированием и распределением номеров, приемом туристов, прибывающих в гостиницу, их регистрацией и размещением по номерам, а также отправкой домой или к следующему пункту маршрута путешествия.



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/>

Служба эксплуатации номерного фонда

- обеспечивает техническое обслуживание и ремонт жилых и вспомогательных помещений,
- подготовку их к заселению,
- уборку и вывод из эксплуатации номеров для косметического или планового ремонта.



Служба организации питания

Обеспечивает обслуживание гостей предприятия в ресторанах, кафе или барах гостиницы, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и т.д.



Источник: <https://ppt-online.org/191985>

Тема 5.2. Службы предоставления дополнительных услуг

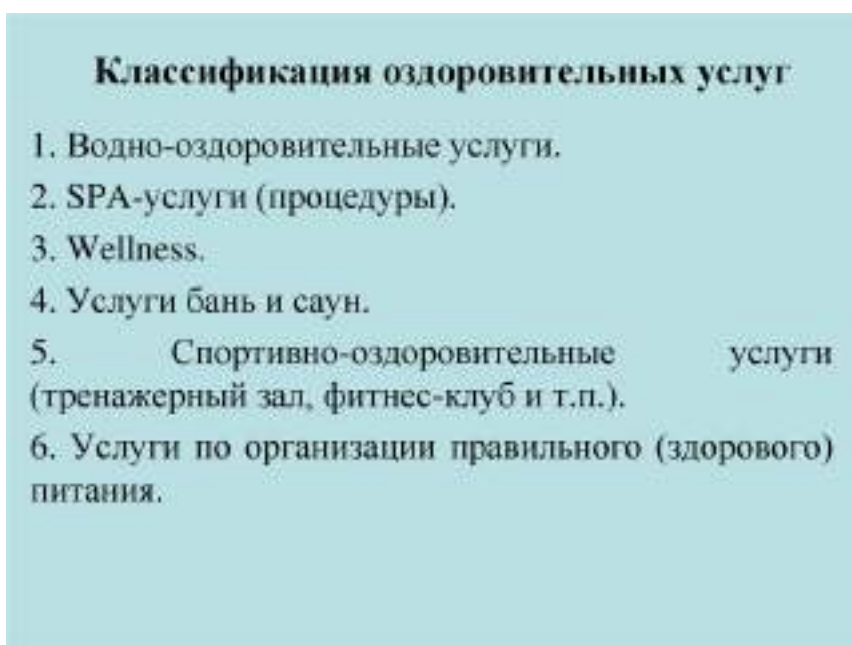
- Дополнительные услуги гостиницы подразделяются на две категории:
 -) услуги, оказываемые непосредственно самой гостиницей (то есть собственными силами);
 -) услуги, оказываемые силами сторонних организаций.
- Услуги, которые предоставляются гостю, во многом определяются тем, насколько гостиница будет иметь постоянный доход и, соответственно, возможность расширения гостиничного бизнеса.
- Исходя из того, к какой категории принадлежит гостиница, можно делать выводы о количестве и качестве предоставляемых в ней дополнительных услуг. Для средних и крупных туркомплексов (тургостиниц, полносервисных отелей и др.) со средним и высоким уровнем комфортабельности характерно наличие огромного перечня дополнительных услуг:
 - услуги организаций общественного питания (бар, ресторан, кафе, буфет, пивной бар);
 - инфраструктура развлечений (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);
 - экскурсионное обслуживание, услуги гидов-переводчиков;
 - организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты и т.д.;

MyShared

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

Взгляд на стратегии будущего

- Глобализация – интернациональный характер гостиничного бизнеса;
- Новые технологии – как фактор повышения конкурентоспособности;
- Консолидация – слияние и перераспределение гостиничных предприятий по различным формам собственности;
- Вертикальная и горизонтальная интеграция – предпочтение клиента «приобретать из одного источника»;
- Развитие торговой марки.

64

Источник:<https://ppt-online.org/138953>

Международные и российские гостиничные цепи

Гостиничные цепи - это группы гостиниц, осуществляющие коллективный бизнес и находящиеся под непосредственным контролем руководства цепью.

Руководство цепи предприятий получает преимущества от любой прибыли, но в то же время несет и бремя ответственности за операционные потери.

12/15/16

3

- Существует два основных вида гостиничных цепей:
- интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и
- гостиничный консорциум, который объединяет независимые отели.

12/15/16

T

Источник: <https://present5.com/mezhdunarodnye-i-rossijskie-gostinichnye-cepi-modeli-mezhdunarodnyh/>

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-razvitiye-predpriyatij-gostinichnyh-uslug-na-osnove-reputacionnogo-potenciala-albina-chaplina/read/page-1.html>

Тема 6.2. Региональный мониторинг рынка гостиничных услуг

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

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.	Методические материалы по дисциплине (модулю) актуализированы	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»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
29 февраля 2024 г.

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

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Экономика гостинично-ресторанного бизнеса» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки/специальности 43.03.03 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017г. № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанно-гостиничного бизнеса и гастрономии (выпускающая кафедра)

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
кандидат экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Управляющий Отель Веллион
Сухаревский, Москва



М.Ф.Курджиева

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)...	7
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	13
1.5. Методические материалы по написанию курсовой работы.....	30
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ.....	34
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	43
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	43
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	99
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 99	
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)	110
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	110
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	128

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 кругооборота.
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 ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток	Рентабельность, рентабельность инвестиций, рентабельность производства, рентабельность продукции, коэффициент оборота общих активов.
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.

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 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 – навыков, 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 четко 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 ставится 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 (технология), 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 «директ-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 ассортимента 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 предприятия

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.

1.3. 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%2FZLP4j9xHAXSNEIaiOgFwOQq1V6uDnM2fBr38v1%2Fslide-2.jpg&lr=213&ogl_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fz%2FZLP4j9xHAXSNEIaiOgFwOQq1V6uDnM2fBr38v1%2Fslide-2.jpg&pos=0&rlt_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2F0%2F09deyHtuER2IMgAvbBQrsLiaGfJ4FDx5nwK11Z%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%2FyumuDFiCtwRX50agszPWqIOfZSkNxBE13nleQro%2Fslide-20.jpg&lr=213&ogl_url=https%3A%2F%2Fcf3.ppt-online.org%2Ffiles3%2Fslide%2Fy%2FyumuDFiCtwRX50agszPWqIOfZSkNxBE13nleQro%2Fslide-20.jpg&pos=0&rlt_url=https%3A%2F%2Fcf3.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fj%2FJZtK01xCAIz9HeDmurf84F2XWVtbsvdyk5p7RG%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%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%2FBLCFHDn9Qxvs13EMdlhSucKZmGt8X4JVUjr56%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

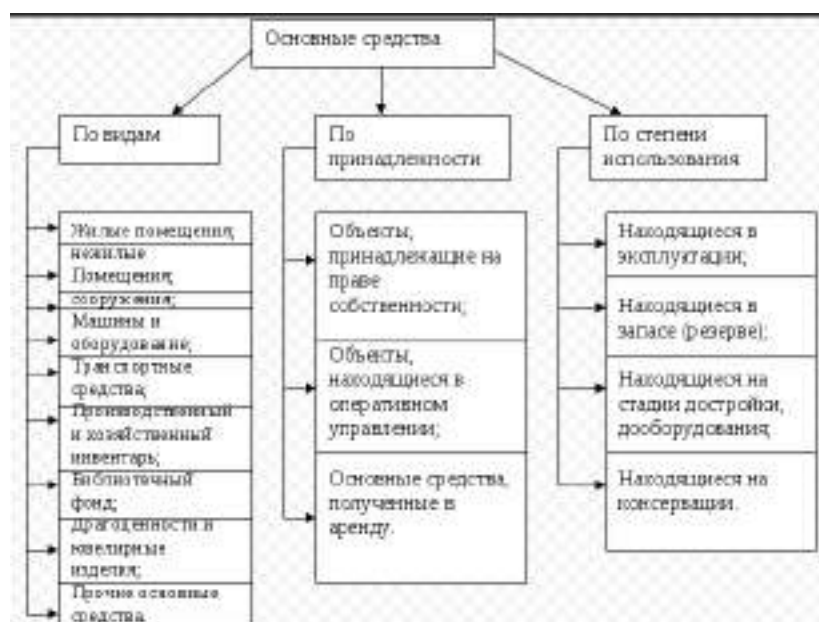
Тема 2.1. Основные средства предприятия: понятие и классификация

Понятие основных средств

Основные средства – это часть имущества, используемая в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг, для управленческих нужд организации либо для предоставления организацией за плату во временное владение и (или) пользование в течении периода, превышающего 12 месяцев.

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

ВИДЫ ОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

первоначальная стоимость	• стоимость, по которой актив принимается к бухгалтерскому учету в качестве основного средства
переоцененная стоимость	• стоимость основного средства после его переоценки
остаточная стоимость	• разница между первоначальной стоимостью основного средства и накопленными по нему за весь период эксплуатации суммами амортизации и обесценения
текущая рыночная стоимость	• сумма денежных средств, которая была бы получена в случае реализации основного средства в текущих рыночных условиях
балансовая стоимость	• стоимость актива или обязательства, по которой данный актив или данное обязательство отражается в бухгалтерском балансе
возмещаемая стоимость на конец отчетного периода	• наибольшая из текущей рыночной стоимости инвестиционной недвижимости за вычетом предполагаемых расходов, непосредственно связанных с ее реализацией, и ценности использования инвестиционной недвижимости.

Источник:

https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fs%2FswgdZ3ThBVmnCyzNEvOrQ2JRofIXG0DYqxa15ut8%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

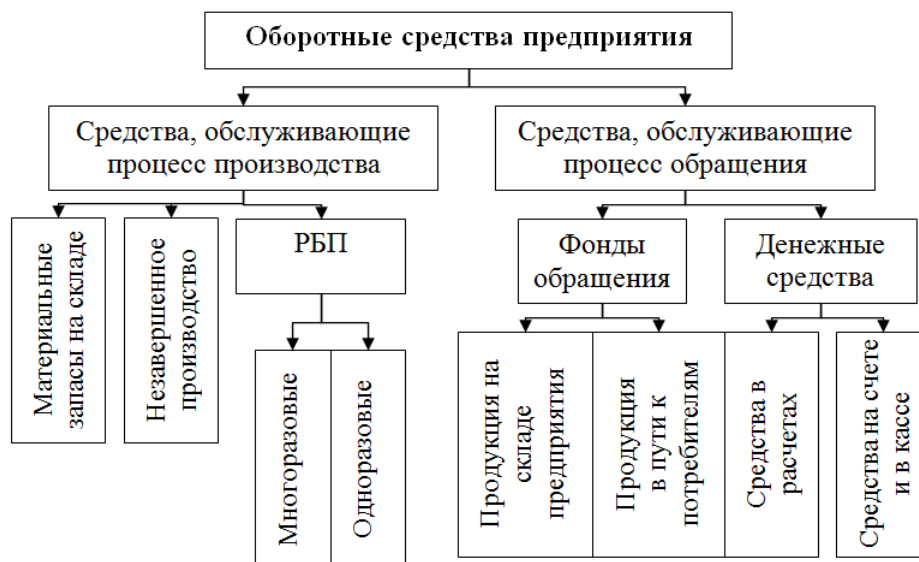
Фондоотдача ОС (Φ_0)	$\Phi_0 = V / \Phi_{п}$
Фондоёмкость ОС (Φ_e)	$\Phi_e = \Phi_{п} / V$
Рентабельность ОС ($P\Phi$)	$P\Phi = \Pi / \Phi_{п}$
Экономия (увеличение) капитальных вложений в ОС за счет за счет эффективности их использования ($\Delta\Phi$)	$\Delta\Phi = [(\Phi_1 / B_1) - (\Phi_0 / B_0)] * B_1$

Источник:

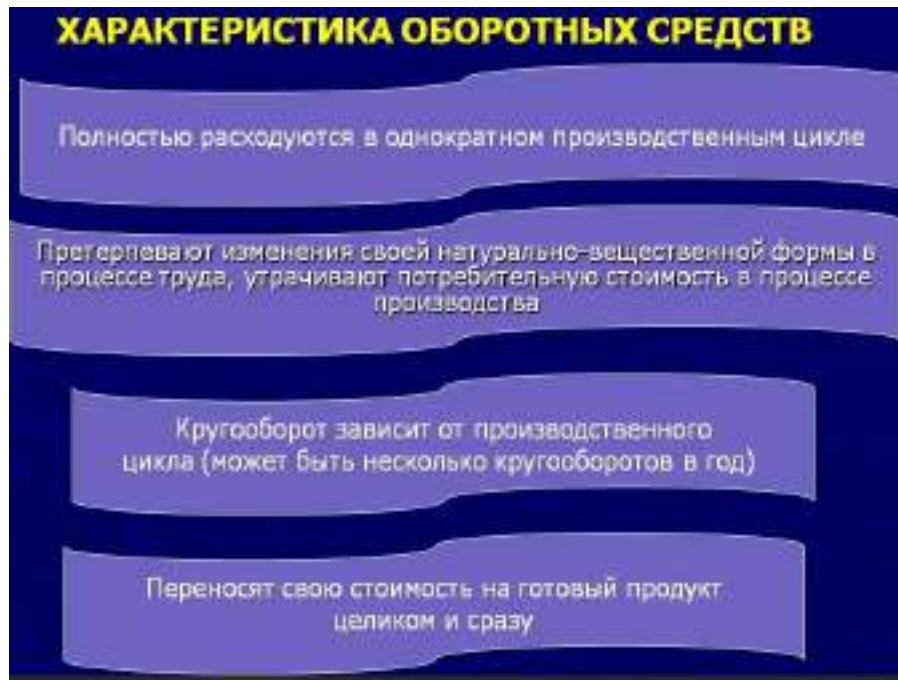
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fcf.ppt-online.org%2Ffiles%2Fslide%2Fp%2FPMnbOI6fmhLeTDdrBtgxW1RyZQwHjpikqE3Az0%2Fslide-32.jpg&lr=213&pos=9&rpt=simage&text=%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%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

Показатели эффективности использования оборотных средств предприятия

- Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (K_o):

$$K_o = \frac{C}{\Phi_o}$$

- Оборачиваемость оборотных средств в днях:

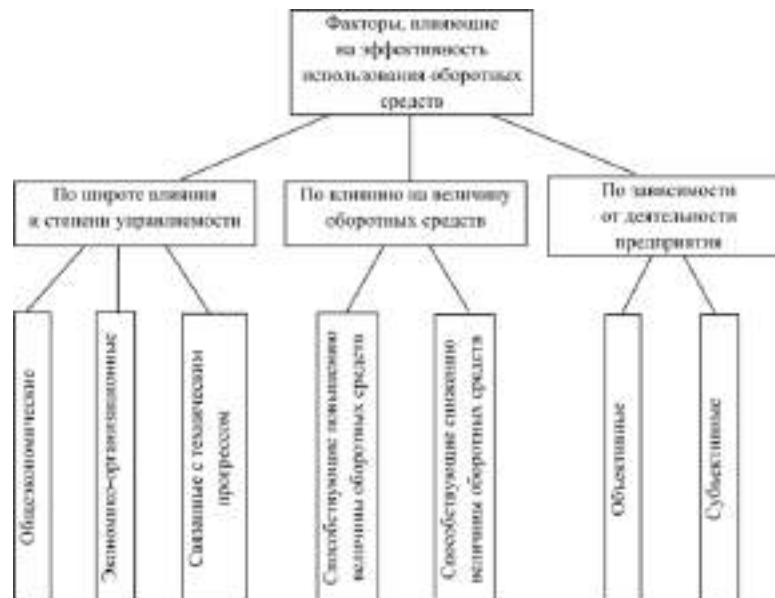
$$O = \frac{\Phi_o * Д}{C}$$

- Коэффициент загрузки средств в обороте (K_z):

$$K_z = \frac{\Phi_o}{C}$$

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%B8%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

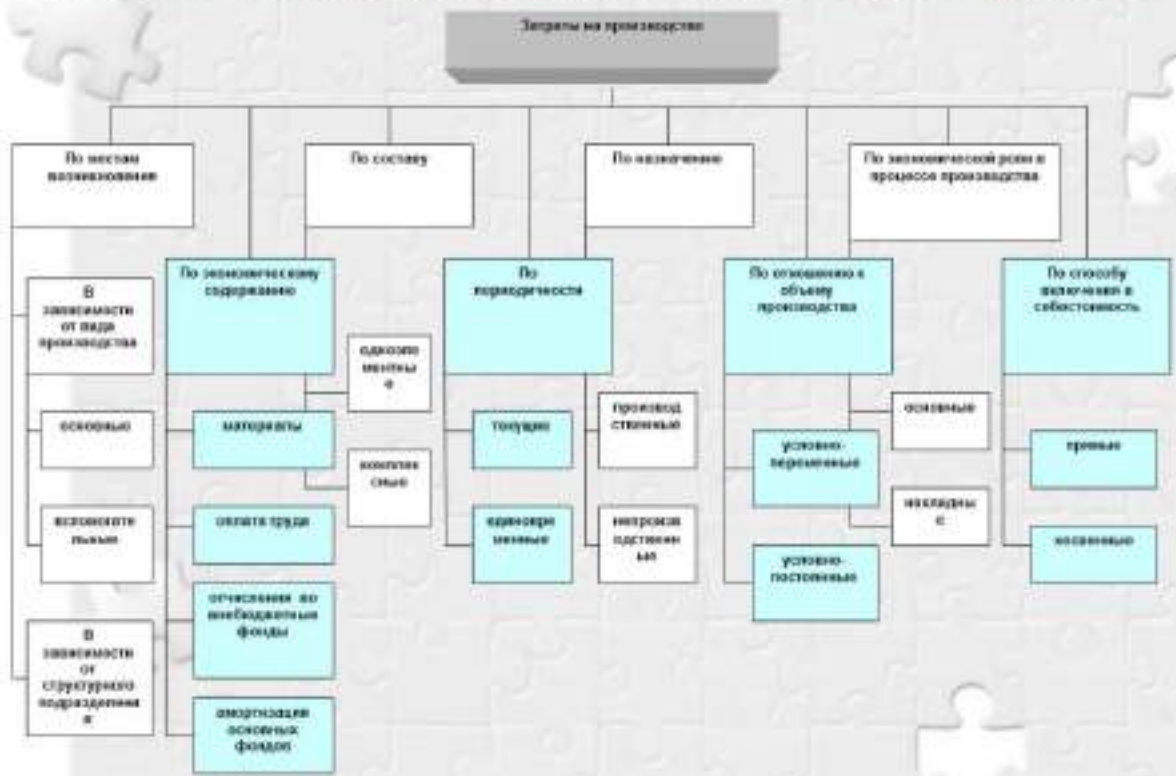
Тема 4.1. Издержки и их классификация

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

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО



Источник:

https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Ffs.znanio.ru%2F5af0e%2F7%2F7%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

Понятие калькулирования себестоимости:

- **Калькулирование** - совокупность приемов учета затрат на производство расчетных процедур исчисления себестоимости продукта. Результатом калькулирования является **калькуляция**, т.е. расчет затрат предприятия, падающих на объект калькулирования (единица произведенной продукции).
- Калькулирование необходимо для определения себестоимости продукции, установления уровня безубыточности цены.

MyShared

Источник: <http://www.myshared.ru/slide/960860/>

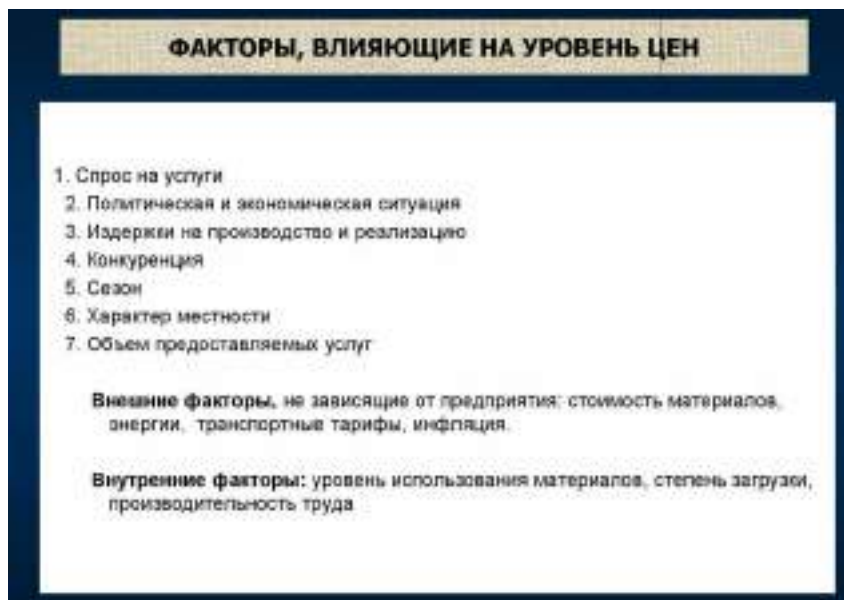


Источник:

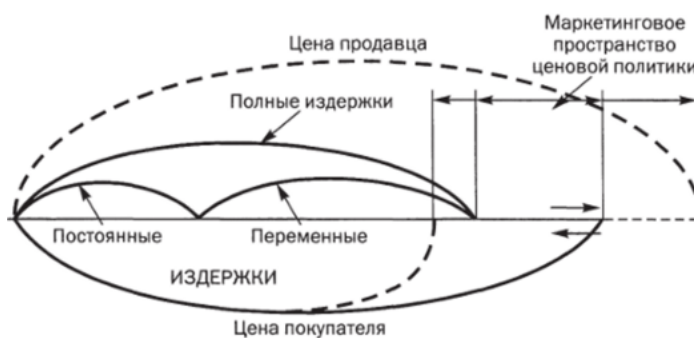
https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fvuzlit.com%2Fimag_%2F6%2F77023%2Fimage001.png&lr=213&ogl_url=https%3A%2F%2Fvuzlit.com%2Fimag_%2F6%2F77023%2Fimage001.png&pos=13&rlt_url=https%3A%2F%2Fstudref.com%2Fhtm%2Fimg%2F6%2F8124%2F8.png&rpt=simage&text=%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D1%8B%20%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%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%2Ffiles%2Fslide%2F%2F%2FQwc2d0RH1P5fMtGZyjYFhiL7KEgsINknrJ84vuqe%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%2Ffiles%2Fslide%2F%2F%2FQwc2d0RH1P5fMtGZyjYFhIL7KEgsINknrJ84vuqe%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%2Fc77668211ac9187f5fda901847c6fea%2F2Fimg15.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

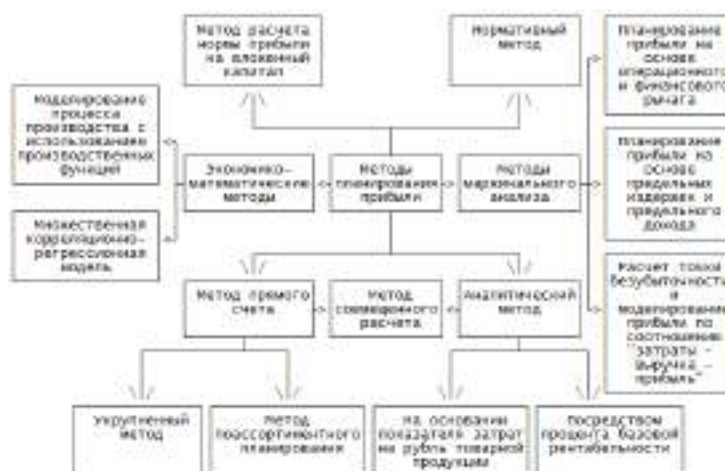
РАЗДЕЛ 6. Анализ хозяйственной деятельности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 6.1. Анализ оборотных активов предприятия

Понятие прибыли

- *Прибыль* является конечным финансовым результатом предпринимательской деятельности предприятий ИГнТ 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 предприятия.
- Прибыль является показателем экономического эффекта.

Источник: <https://ppt-online.org/650550>



Источник: https://afdanalyse.ru/news/metody_planirovaniya_pribyli_predpriyatija/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 * 100%	Характеризует прибыльность различных видов продукции, всей товарной продукции и рентабельность (доходность) предприятия. Служит основанием для установления цены
	Прибыль в расчете на товарной выпуск / Себестоимость товарной продукции * 100%	
	Балансовая (чистая) прибыль / Сумма основных производственных фондов + материальных оборотных средств * 100%	
Рентабельность реализации (продаж)	Прибыль от продаж продукции / Выручка от реализации * 100%	Показывает, какой процент прибыли получает предприятие с каждого рубля реализации. Служит основанием для выбора номенклатуры выпускаемой продукции
	Балансовая прибыль / (Выручка от реализации продукции + Доходы от прочей реализации и инвентаризационных операций) * 100%	
Рентабельность вложений (активов)	Прибыль / Капитальные вложения * 100%	Этот комплексный показатель характеризует отдачу, которая приходится на рубль соответствующих активов.
Рентабельность вложений активов	Прибыль / Товарно активы * 100%	Отражает эффективность вложений 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 3. за кредит и налогов. Характеризует отдачу или доходность собственных средств

Источник: https://afdanalyse.ru/news/metody_planirovaniya_pribyli_predpriyatija/2010-05-10-66

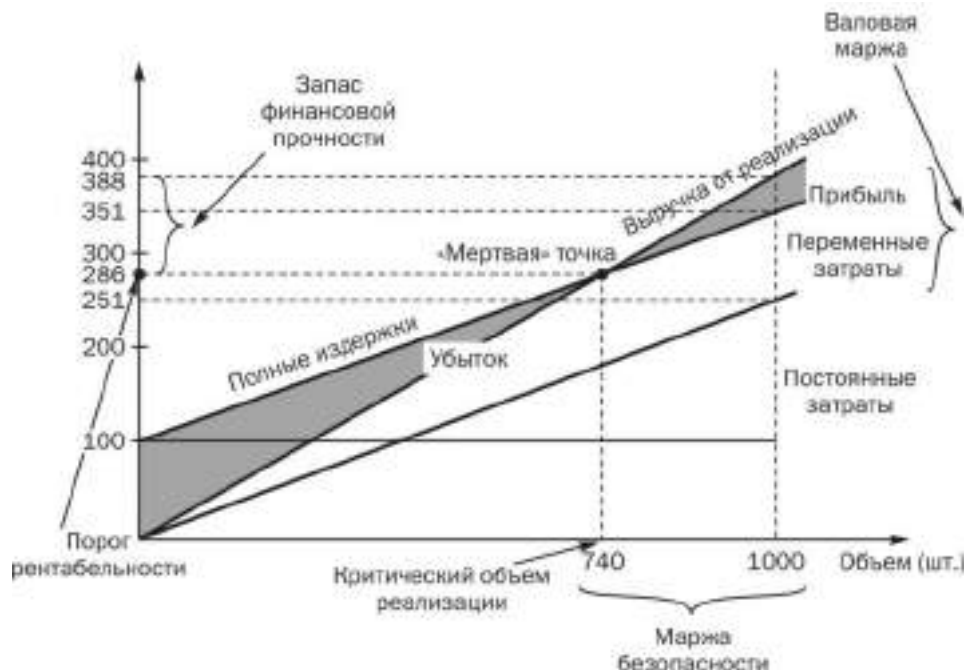
Тема 6.2. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия; рентабельность капитала, производства услуг

Точка безубыточности

- Точка безубыточности – это такой объем производства при котором доходы предприятия в точности равны расходам предприятия, а его прибыль равна нулю.
- Можно рассчитать по формуле:

$$Q_0 = \frac{FC}{p - vc}$$

Источник https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&img_url=https%3A%2F%2Fkrediton.ru%2Fwp-content%2Fuploads%2Ff%2F5%2F0%2Ff50f6914c6a6b08da3f9e67550c4f820.jpeg&lr=213&pos=1&rpt=simage&text=точка%20безубыточности

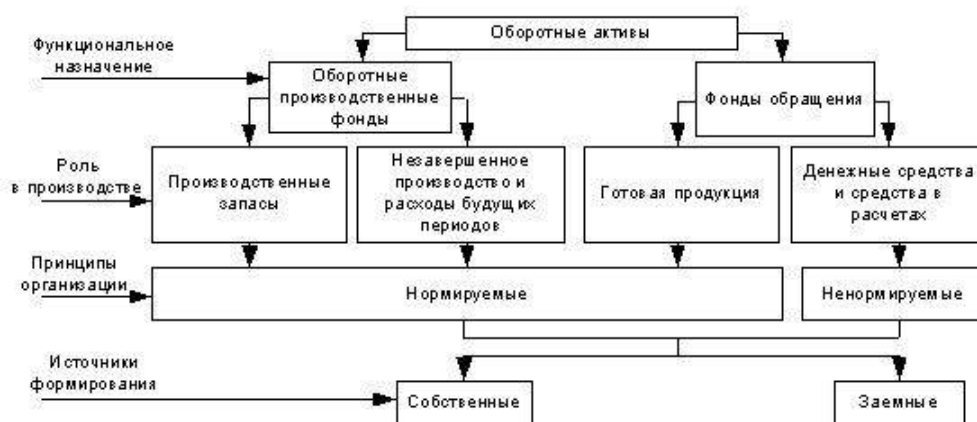


Источник:

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

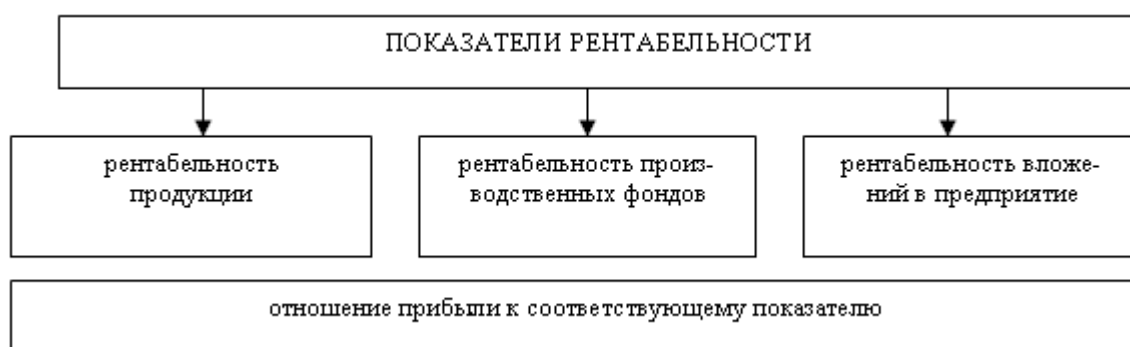


Источник: <https://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/oborotnye-aktivy.html>

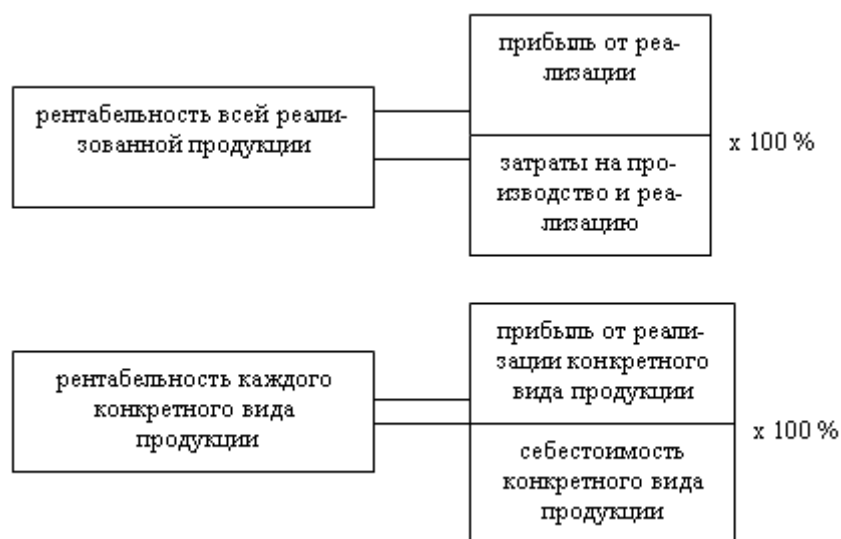


Источник: <https://www.fd.ru/articles/158298-analiz-oborotnyh-aktivov-qqq-16-m11>

Тема 7.2. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток



Источник: https://ebooks.grsu.by/finans_i_org/5-pokazateli-rentabelnosti-deyatelnosti-predpriyatiya.htm



Источник: https://ebooks.grsu.by/finans_i_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

1.5. 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 компонуется 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

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Наименование дисциплины (модуля)*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических 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 насколько осознанно 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. Владение 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 x 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 подрисовочными 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 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.

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. Объем 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. Объем 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 демонстрируется 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, представленную 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. 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 осязаемый 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 товаров/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 отношении 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.

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности



Хозяйственные товарищества и общества — коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) 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 (командитное товарищество) — товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников- 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; самокупаемость 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-

1. Учебная дисциплина. Экономика гостинично-ресторанного комплекса
2. Раздел 2. Основные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса
3. Цели занятия: сформировать понимание у обучающихся 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 мощь 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 ИГТ 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

$$: \quad П_{пл} = \left(\frac{Q_{баз} \times (1 + P)}{П_{об} \times K_{пр} \times K_{осв}} - П_{ср} \right) + П_{т} \times Д + З,$$

- Ппл — планируемая потребность в оборудовании;
- Q баз — объем услуг предприятия в году, предшествующем плановому;
- Pж — 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;

Прср — 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 обуславливает 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 быстроизнашивающиеся предметы, расходы будущих периодов). По первой группе потребность в оборотных средствах определяется исходя из их размера в базисном году и темпов роста производства продукции/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 среднеедневного 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:

$$H = P * D,$$

где H — норматив оборотных средств по конкретному элементу, руб.; P — среднеедневной расход по данному элементу затрат, руб.; D — 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 находящиеся 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 C_0 — 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 (K_0) показывает количество оборотов, совершаемых оборотными средствами за год (полугодие, квартал), и определяется по формуле

$$K_0 = T : C_0.$$

3. Коэффициент загрузки оборотных средств (K_3) — 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 (O_T), который определяется как отношение прибыли от реализации (П) к остаткам оборотных средств (C_0):

$$O_T = П : C_0.$$

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 попервичным элементам характеризует деление 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 первоначальной 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 аудиторских 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 по статьям 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 на себестоимость 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 от изменения 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 издержки предприятия.

По степени однородности затрат расходы делятся на элементные и комплексные.

К элементным (однородным) относятся расходы, которые нельзя расчленить 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 от времени возникновения и отнесения на себестоимость 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 затраты — 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 все себестоимости 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 нерезализованной продукции.

Для определения себестоимости реализуемой продукции необходимо к полной себестоимости продукции/услуг прибавить

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 отчисления 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;

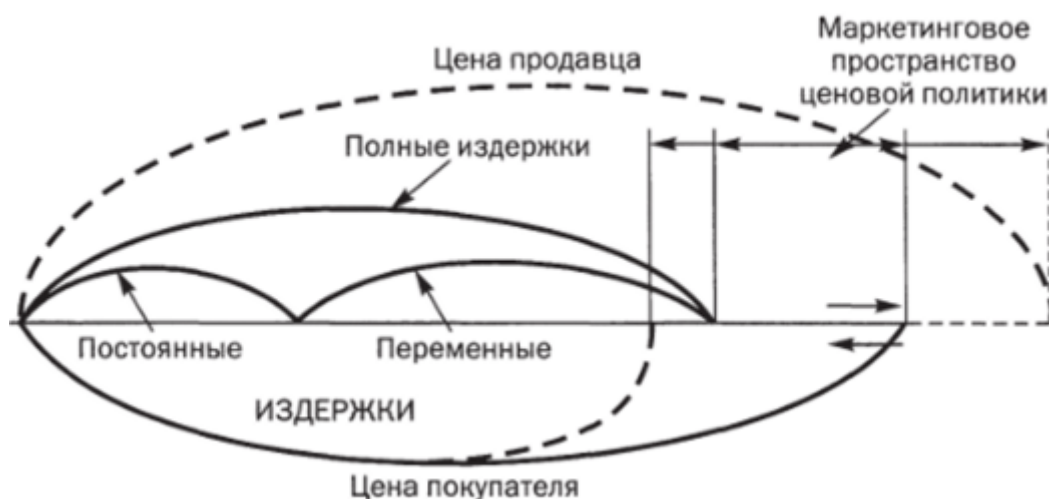


Рис. 5.1. Структура цены

- распределительная функция цены способствует организации сбыта товаров и услуг предприятия;
- функция рационального 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	<ul style="list-style-type: none">• обеспечение безубыточности «выживание важнее прибыли», уровень цены устанавливается на уровне издержек;• максимизация текущей прибыли, уровень цены обеспечивает максимальное

Этап алгоритма	Содержание
	<p>поступление текущей прибыли и наличности (краткосрочная задача);</p> <ul style="list-style-type: none"> • • расширение доли рынка, уровень цены снижается, доход обеспечивается за счет массы долговременной прибыли
<ul style="list-style-type: none"> • 4. Определение предельного диапазона варьирования цены: <ul style="list-style-type: none"> ○ • определение верхней границы цены (туристский спрос); ○ • определение нижней границы цены (издержки) 	<p>Определение ценовой эластичности спроса, сегментация. Исследование ожиданий клиентской базы по уровню цен на предоставляемые гостиничные услуги.</p> <p>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.</p> <p>Выбор оптимального варианта управления и технологического процесса производства услуги на основе функциональностоимостного анализа.</p> <p>Определение цены производства услуги и цены ее потребления (сумма цены продаж, включая комиссионные), а также воздействие инфляционных факторов</p>
<p>5. Выбор метода ценообразования</p>	<ul style="list-style-type: none"> • • 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
<p>6. Корректировка базового уровня цены</p>	<p>Поправки на условия продажи гостиничных услуг — их соответствие корпоративным традициям предприятия, учет реакции сбытового аппарата, конкурентов, муниципальных и федеральных государственных органов</p>
<p>7. Установление окончательной цены</p>	<p>Окончательная цена продаж доводится средствами коммуникации до конечных потребителей</p>

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 рязнятся 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. x 100 номеров x 80% = 29 200.

$$\text{Средняя цена за номер теперь составит } \text{Ср.ц} = \frac{\text{Издерж.}}{\text{Ноч.}} = 343 \text{ руб.}$$

(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 комфорта	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.

$$B_{\text{пр}} = \frac{\sum B}{n}; \quad B_{\text{взв}} = \frac{\sum Bf}{\sum f},$$

где $B_{\text{пр}}$ — средний балл, рассчитанный по формуле простой средней арифметической; B — балл по каждому параметру качества; n — число параметров; $B_{\text{взв}}$ — средний балл, рассчитанный по формуле средней арифметической взвешенной; f — частота повторения баллов; X — сумма частот (количество параметров).

Расчет:

$$B_{\text{пр}}(A, B) = \frac{3+5+5+5+3+3+4+4}{8} = \frac{32}{8} = 4,0.$$

$$B_{\text{взв}}(B) = \frac{3 \times 1 + 5 \times 3}{4} = 4,5; \quad B_{\text{взв}}(A) = \frac{3 \times 2 + 4 \times 2}{4} = 3,5.$$

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 (ΔP номер) составляет:

$$\Delta P \text{ номер} = \Delta P \text{ номер } (Б) - \Delta P \text{ номер } (А) = 88,89 \text{ долл.} - 34,29 \text{ долл.} = 54,60 \text{ долл.}$$

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):

$$P \text{ номер иной} = \frac{P \text{ номер } (Б)}{B \text{ номер } (А)} \times B \text{ номер } (Б) = \frac{400}{14} \times 18 = 514,29 \text{ долл.}$$

B номер (Б), B 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 ночевков 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.

Прибыль — 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. $\text{Прибыль} = \text{Выручка} - \text{Затраты}$ (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 предприятия. 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 отдельно 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:

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:

$P = (Oy \cdot C) - (Oy \cdot S)$, где Oy — объём услуг в планируемом периоде в количественном выражении; C — цена за единицу услуг (за вычетом НДС и акцизов); S — 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:

$$\text{Пру} = \text{Вру} - \text{Сру},$$

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 объема продажи услуг, размера цен на размещение и услуги в значительно

большой 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 туродней	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
-клуб (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 прибыли 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:

$$\text{КМЭ} = \frac{\text{Изменение прибыли в \%}}{\text{Изменение влияющего показателя в \%}}$$

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 вопроса:

1. Как измениться размер прибыли в зависимости 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.

$$\begin{aligned} & \text{Пороговый (критический) объем реализации номеров/услуг} = \\ & = \text{Постоянные расходы на объем реализации} / \text{Цена} - \text{Средние переменные затраты} \\ & \quad \text{на один номер/услугу;} \end{aligned}$$

- *порог рентабельности* — такая выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не получает и прибыли.

$$\begin{aligned} \text{Порог рентабельности, руб.} = & \text{Критический объем реализации номеров/услуг} \times \\ & \times \text{Цена;} \end{aligned}$$

запас финансовой прочности — сумма, на которую гостиничное предприятие может себе позволить снизить выручку, не выходя из зоны прибылей, или отклонение фактической выручки от пороговой.

$$\begin{aligned} \text{Запас финансовой прочности, руб.} = & \text{Выручка от реализации, руб.} - \\ & - \text{Порог рентабельности, руб.} \end{aligned}$$

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.

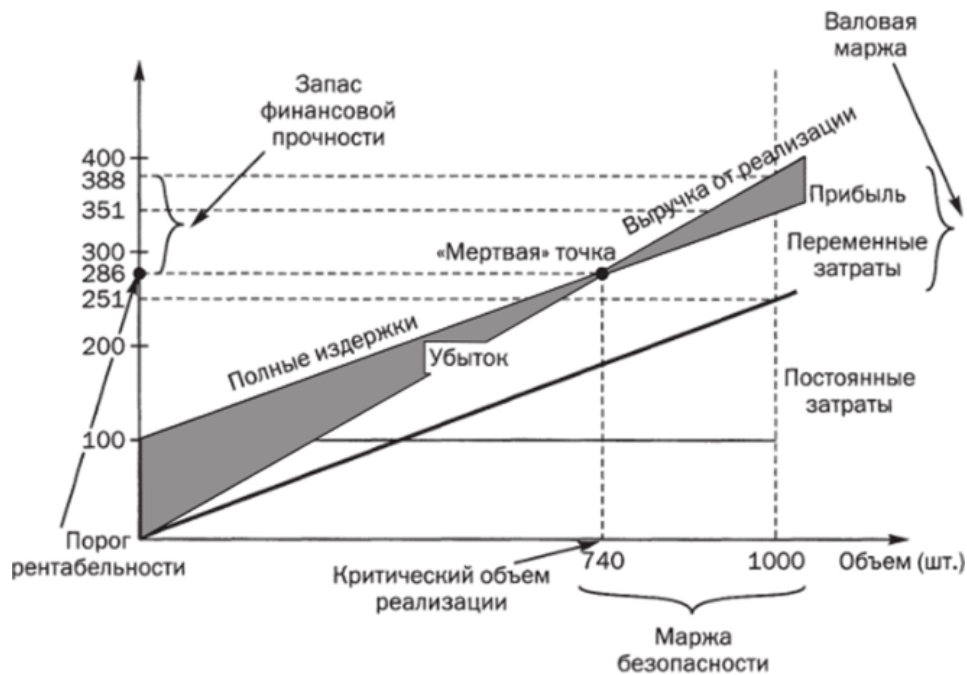


Рис. 6.1. Определение точки безубыточности

- 1. Пороговый (критический) объем реализации = $100\ 000\ \text{руб.} : (386 - 251)$ руб./номер. = 740 номеров;
- 2. Порог рентабельности = $740\ \text{номеров} \times 386\ \text{руб./номер.} = 285\ 700\ \text{руб.}$
- 3. Запас финансовой прочности = $386\ 000\ \text{руб.} - 285\ 700\ \text{руб.} = 100\ 300\ \text{руб.}$
- 4. Маржа безопасности = $1000\ \text{номеров} - 740\ \text{номеров} = 260\ \text{номеров.}$

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

Наиболее информативным 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 ЧП — чистая прибыль; ПР — расходы по выплате процентов по займам; ОА — 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 заимодавцам 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

$$P_{вк} = (BK \times УД_{вк}) / (C_{ед} \times OP_{нат}),$$

где $P_{вк}$ — коэффициент рентабельности на вложенный капитал; BK — вложенный в данное производство капитал; $УД_{вк}$ — уровень доходности на вложенный капитал, предусмотренный инвестиционным проектом; $C_{ед}$ — себестоимость единицы продукции; $OP_{нат}$ — 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:

$$P = (800 \text{ тыс. руб.} \times 0,3) / (0,1 \text{ тыс. руб.} \times 6000 \text{ шт.}) \times 100\% = 40\%;$$

прибыль на единицу продукции: 100 руб. \times 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. \times 6000 шт.), себестоимость — 600 тыс. руб.
- (100 руб. \times 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. \times 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 заимодавцам 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 ($ЦД$) вычисляется по формуле

$$ЦД = PC/EPS,$$

где PC — 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 $ЦД$ по 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; $ОА$ — 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

$$ЗОА = ОЗ/ОА,$$

где $ОЗ$ — 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 *ПВ* 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 продукции/услуг (РОЛ)* вычисляется по формуле

$$РОЛ = ЧП / СП,$$

где *ЧП* — чистая прибыль; *СП* — себестоимость единицы продукции/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 финансовой устойчивости, платежеспособности и рентабельности 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 возратить 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

$$СОС = СК - ВОА,$$

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 (АСОQ):

$$\Delta СОС = СОС - З,$$

где З — запасы (раздел II баланса).

2. Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных источников финансирования запасов (АСДИ):

$$\Delta СДИ = СДИ - З.$$

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/= (АСОС АСДИ АОИЗ), 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; ДСДИ > 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; ДСДИ > 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; ДОИЗ > 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	$M = (0, 0, 0)$ $ДСОС < 0; АСДИ < 0; АОИЗ < 0$		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	$K_{сф} = СК/ЗК$ 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	$K_0 = СОС/ОА$ 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	$K_m = СОС/СК$ 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	$K_{ф.н.} = ЗК/ВБ$ 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	$K_c = ОА/ВОА$ 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	$K_{ипн} = (ВОА+З)/А$ ВОА — внеоборотные активы; З — запасы; А — общий объем активов (имущества)	$K_{ипн} > 0,5$. 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

$$TK = \frac{TA}{KЗ},$$

где *ТА* — текущие активы; *КЗ* — краткосрочная задолженность.

Это показатель способности, например, гостиницы исполнить 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 *ТА* 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:

$$KK = \frac{BK + ЛЦБ + СД}{KЗ},$$

где *Б К* — денежные средства фирмы (банк и касса); *Л ЦБ* — высоколиквидные ценные бумаги, принадлежащие предприятию; *СД* — счета дебиторов.

Чем выше KK , тем более ликвидным считается предприятие. Некоторые аналитики полагают, что адекватный коэффициент KK для гостиницы составляет около 1. Более низкое значение K может свидетельствовать о неспособности предприятия удовлетворить свои краткосрочные обязательства немедленно. Значения $A'A'$ от 1 до 1,5 могут считаться вполне приемлемыми.

$$3. \text{ Коэффициент текущей ликвидности } (K_{\text{тл}}) = \frac{\text{Текущие активы}}{\text{Текущие пассивы}},$$

где нормативное значение $K_{\text{т}} < 1,7$.

$$4. \text{ Коэффициент срочной ликвидности } (K_{\text{сл}}) = \frac{Об - Сзн}{Дк},$$

где $Об$ — стоимость оборотных средств; $Сзн$ — средняя стоимость запасов за период; $Дк$ — краткосрочная задолженность; K^{\wedge} не менее $< 1,0$.

$$5. \text{ Коэффициент абсолютной ликвидности } (K_{\text{ал}}) = \frac{Дср + ФВксп}{Дк},$$

где $Дср$ — денежные средства; $ФВксп$ — краткосрочные финансовые вложения; $Дк$ — краткосрочная задолженность; $K_{\text{ХЛ}}$ не менее $0,1$.

$$6. \text{ Коэффициент покрытия } (K_{\text{п}}) = \frac{Об}{Дк},$$

где $Об$ — стоимость оборотных средств; $Дк$ — краткосрочная задолженность.

$$7. \text{ Степень немедленного покрытия долгов } (Снп) = \text{НРИ} : (СД + СП),$$

где $НРИ$ — стоимость немедленно реализуемого имущества; $СД$ — срочные долги; $СП$ — срочные платежи наличными.

$$8. \text{ Степень покрытия краткосрочных долгов } (Спк) = \text{БРИ} : (Дк + Дс + Пк),$$

где $БРИ$ — стоимость быстро реализуемого имущества; $Дк$ — краткосрочная задолженность; $Дс$ — среднесрочная задолженность; $Пк$ — краткосрочные платежи наличными.

$$9. \text{ Степень общего покрытия } (Соп) = \text{СвИР} : (Дк + Пк),$$

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 $OA > KO$, где OA — оборотные активы (раздел II баланса); KO — краткосрочные пассивы (раздел V баланса).

Более частный случай платежеспособности — если собственные оборотные средства покрывают наиболее срочные обязательства (кредиторскую задолженность), т.е.

$$COC > CO,$$

где COC — собственные оборотные средства (чистый оборотный капитал); CO — 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
A1 Быстрореализуемые активы (денежные средства + краткосрочные финансовые вложения)	$A1 \geq П1$	П1 Наиболее срочные обязательства (кредиторы)
A2 Среднереализуемые активы (дебиторская задолженность)	$A2 \geq П2$	П2 Краткосрочные обязательства (статьи раздела V баланса)
A3 Медленно реализуемые активы (группа статей «Запасы» раздела II)	$A3 \geq П3$	П3 Долгосрочные обязательства (статьи раздела IV баланса)
A4 Труднореализуемые активы (статьи раздела I «Внеоборотные активы»)	$A4 \geq П4$	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 A1 с П1 и A2 с П2 позволяет установить текущую ликвидность баланса, что свидетельствует о платежеспособности предприятия на ближайшее время.

Сравнение A3 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:

$$ЛДП = (ДК_1 + КК_1 - ДС_1) - (ДК_0 + КК_0 - ДС_0),$$

де $ДК$, и $ДК_0$ — долгосрочные кредиты и займы на конец и начало расчетного периода; $КК$, и $КК_0$ — краткосрочные кредиты и займы на конец и начало расчетного периода; $ДС$, и $ДС_0$ — 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 ($K_{ад}$)	Какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время (на дату составления баланса)	$K_{ад} = (ДС + КФВ) / КО$ — 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 ($K_{тл}$)	Прогнозируемые платежные возможности предприятия в условиях современного проведения расчетов с дебиторами	$K_{тл} = (ДС + КФВ + ДЗ) / КО$ $ДЗ$ — 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 ($K_{лмс}$)	Степень зависимости платежеспособности предприятия от материальных запасов с точки зрения мобилизации денежных средств для погашения краткосрочных обязательств	$K_{лмс} = З / КО$ $З$ — 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 ($K_{ол}$)	Достаточность оборотных средств у предприятия для покрытия своих краткосрочных обязательств. Характеризует также запас финансовой прочности вследствие превышения оборотных активов над краткосрочными обязательствами	$K_{ол} = (ДС + КФВ + ДЗ + З) / КО$ $ДС — \text{денежные средства};$ $КФВ — \text{краткосрочные финансовые вложения};$ $ДЗ — \text{дебиторская задолженность};$ $З — \text{запасы товарно-материальных ценностей};$ $КО — \text{краткосрочные обязательства}$	Рекомендуемое значение показателя 1—2. Нижняя граница указывает на то, что оборотных средств должно быть достаточно для покрытия краткосрочных обязательств
5. Коэффициент собственной платежеспособности (K^{\wedge})	Характеризует долю чистого оборотного капитала в краткосрочных обязательствах, т.е. способность предприятия возместить за счет чистых оборотных активов его краткосрочные долговые обязательства	$K_{сп} = СОС / КО$ $СОС — \text{чистый оборотный капитал}$	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 фондов, 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: А, В, С. 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:

Задача 1. 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.	480
– сырье, топливо и другие предметы труда	200
– заработная плата	160
– переменные производственные накладные расходы	80
– переменные сбытовые накладные расходы	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 — 57 усл. 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 финансовой устойчивости, платежеспособности и рентабельности 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 отчетную 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



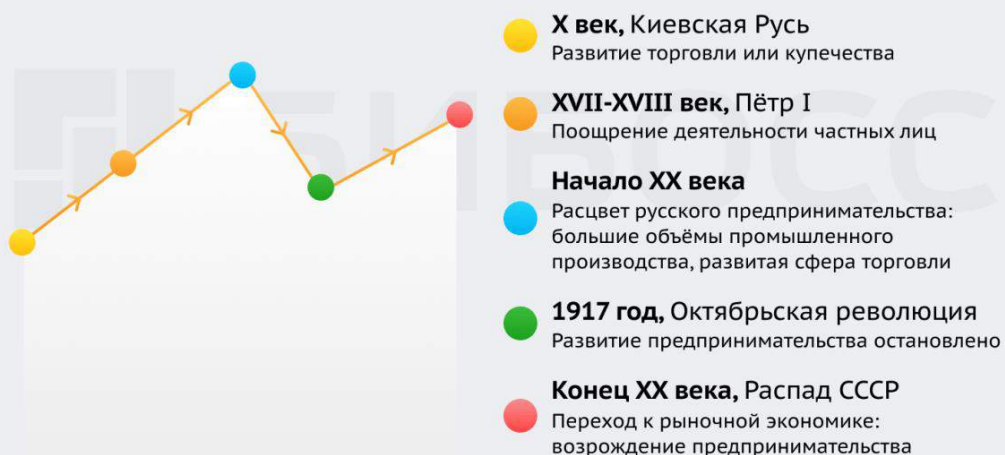
Источник: https://studref.com/377268/menedzhment/ekonomicheskaya_suschnost_predprinimatelstva



Источник: https://studref.com/321710/ekonomika/predprinimatelskaya_deyatelnost_rynke_zemli_ekonomicheskaya_pravovaya_kategoriya

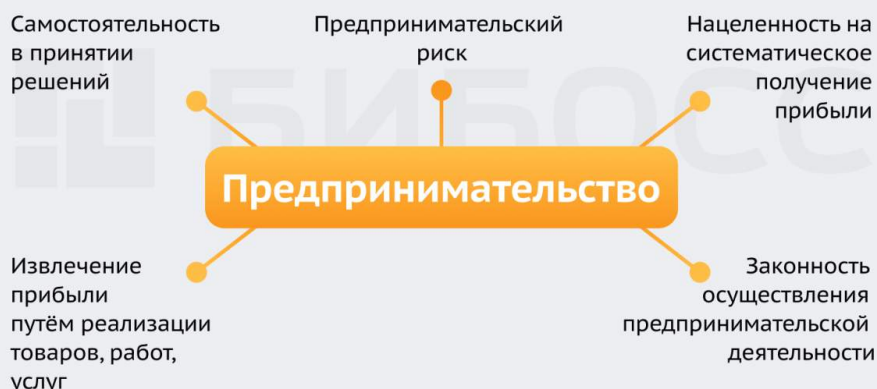
Тема 1.2. Предприятие и предпринимательская деятельность

Значимые этапы развития предпринимательской деятельности в России



Источник: <https://www.beboss.ru/entreneurship>

Признаки предпринимательской деятельности



Источник: <https://www.beboss.ru/entreneurship>

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/>

Основные фонды предприятия – это стоимостное выражение средств труда, которые переносят свою стоимость на продукт частями, по мере износа.

❖ Закон воспроизводства основного капитала - стоимость основного капитала, введенная в производство, полностью восстанавливается, обеспечивая возможность технического обновления средств труда.

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
	Передачные устройства
	Машины и оборудование
	Транспортные средства
	Производственный и хозяйственный инвентарь
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>

$K_{\text{исп}} = \frac{T_{\text{ф}}}{T_{\text{нп}}}$	$K_{\text{инт}} = \frac{P_{\text{ф}}}{P_{\text{в}}}$	$K_{\text{интегр}} = K_{\text{исп}} \times K_{\text{инт}}$
$K_{\text{см}} = \frac{M}{K_{\text{м}}}$	$K_{\text{заг}} = \frac{T_{\text{е}}}{T_{\text{заг}}}$	$K_{\text{смр}} = \frac{K_{\text{см}}}{T_{\text{см}}}$
<p>где $K_{\text{исп}}$ – коэффициент экстенсивного использования оборудования; $T_{\text{ф}}$ – фактическое время работы оборудования, ч; $T_{\text{нп}}$ – время работы оборудования по норме, ч; $K_{\text{инт}}$ – коэффициент интенсивного использования оборудования; $P_{\text{ф}}$ – фактическая выработка оборудованием продукции в единицу времени; $P_{\text{в}}$ – технически обоснованная выработка оборудованием продукции в единицу времени (определяется на основе паспортных данных оборудования); $K_{\text{интегр}}$ – коэффициент интегрального использования оборудования; $K_{\text{см}}$ – коэффициент сменности оборудования; M – сумма фактически отработанных машино-смен за сутки, мс; $K_{\text{м}}$ – общее количество установленных машин; $K_{\text{заг}}$ – коэффициент загрузки оборудования; $T_{\text{е}}$ – трудоемкость изготовления всех изделий на данном виде оборудования, ч; $T_{\text{заг}}$ – фонд времени загрузки оборудования, ч; $K_{\text{смр}}$ – коэффициент сменного режима времени работы; $T_{\text{см}}$ – продолжительность смены, ч.</p>		

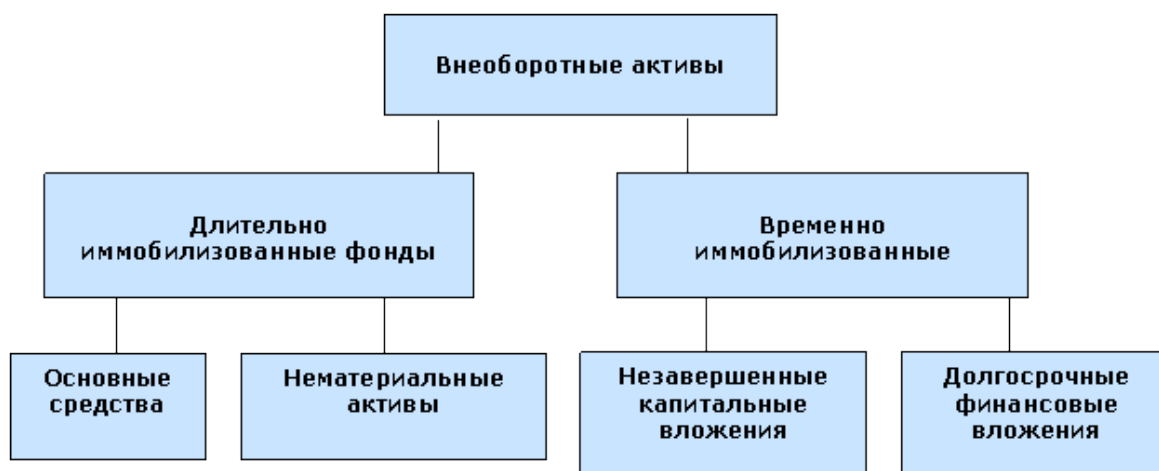
Источник: <http://projectimo.ru/upravlenie-investiciyami/pokazateli-ehffektivnosti-ispolzovaniya-osnovnykh-sredstv.html>

РАЗДЕЛ 3. Оборотные средства предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 3.1. Оборотные средства предприятия, их характеристика

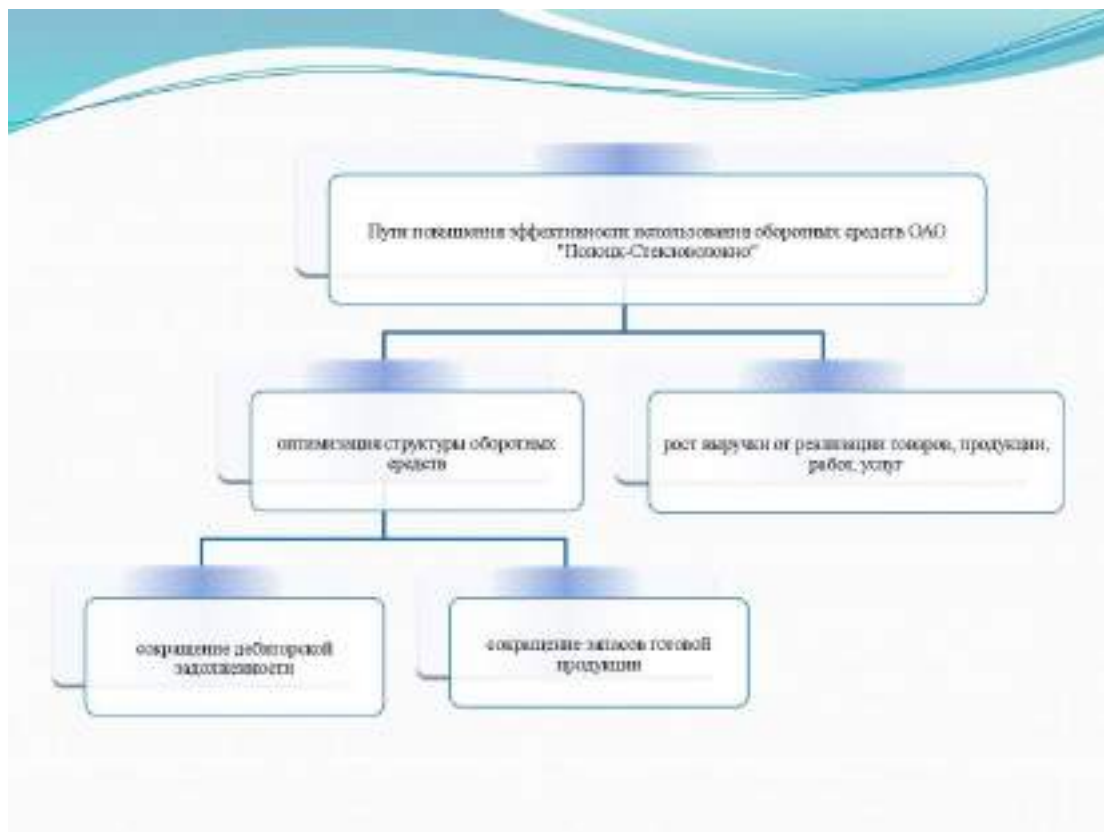


Источник: <http://eokd.tolgas.ru/euk/et/3.htm>



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 технологического уровня производства	541,3	737,1
- внедрение новых прогрессивных технологий, механизации и автоматизации производственных процессов	222,9	160,1
- совершенствование технологий производства	148,0	308,0
- улучшение использования сырья, материалов, применение новых видов сырьевых ресурсов	170,4	269,0
- применение конструкторских и технологических характеристик продукции	0,0	
- ввод в действие и освоение новых производств	0,0	
- прочие мероприятия, повышающие технологический уровень производства	0,0	
Внедрение импортной техники	0,0	
Улучшение организации производства труда	0,0	107,4
ИТОГО по организации с учетом дополнительных мер, принятых	43 448	4 173
- мероприятия по снижению материалоемкости продукции	541	737
- мероприятия по снижению энергоёмкости 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 удержать 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.)		
	Бухгалтерской	Экономической
1. Выручка	1000	1000
2. Явные издержки	800	800
а) Сырье и материалы	350	350
б) Топливо, энергия	100	100
в) Зарплата	250	250
г) % по взятым 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>



Источник: <https://ppt-online.org/308081>

Тема 4.2. Калькуляция себестоимости продукции и услуг

- ✓ Методические материалы по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на предприятиях машиностроения и металлообработки (утверждены письмом Госплана СССР № АБ-162/16-127, Минфином СССР, Госкомцен СССР № 10-86/1086, ЦСУ СССР от 10.06.1975)
- ✓ Инструкция по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на предприятиях плодородной промышленности и предприятиях по производству пищевых концентратов (утверждена Минпищепромом СССР 20.05.1976)
- ✓ Методические указания по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на предприятиях цветной металлургии (утверждены Роскомметаллургией 07.12.1963)
- ✓ Методические рекомендации (инструкция) по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции лесопромышленного комплекса (утверждены Минпромхозом РСФСР 26.12.2002)

Подготовлено для fd.ru

Источник: <https://www.fd.ru/articles/161118-kalkulyatsiya-sebestoimosti-produktsii-osobennosti-sostavleniya-obrazets-v-excel>

- ### Типовая калькуляция для производственных предприятий
- 1 Сырье и материалы
 - 2 Покупные комплектующие изделия, полуфабрикаты и услуги сторонних предприятий
 - 3 Возвратные отходы (вычитаются)
 - 4 Топливо и энергия на технологические цели
 - 5 Основная и дополнительная заработная плата производственных рабочих
 - 6 Отчисления на социальное страхование с заработной платы производственных рабочих
 - 7 Расходы на подготовку и освоение производства
 - 8 Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования
 - 9 Цеховые расходы
 - 10 Общезаводские расходы
 - 11 Потери от брака
 - 12 Прочие производственные расходы
 - 13 Внепроизводственные расходы

Подготовлено для fd.ru

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

1.1. Роль и значение цены в рыночной экономике

- *Цена* – элемент, присущий экономике любого типа, основанной на товарно-денежных отношениях, так как опосредствует их, но формируются и действуют цены в различных системах поразному.

Формирование конечного уровня цены происходит не в сфере производства (что присуще планово-административной системе), а в сфере реализации продукции, то есть на рынке цена всегда является рыночной величиной.

Источник: <https://ppt-online.org/387194>

1.1. Роль и значение цены в рыночной экономике

Факторы, влияющие на уровень цен:



Источник: <https://ppt-online.org/387194>

Тема 5.2. Ценообразование на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса

Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия

Ценообразование – это система стандартных правил определения цены гостиничного продукта при его реализации. Политика цен гостиничного предприятия

Ценовая политика — это общие принципы, которых придерживается компания в сфере установления цен на свои товары или услуги.

В процессе ценообразования происходит выбор и установление таких расценок на продукты/услуги, которые позволяют:

- культивировать платежеспособный спрос, то есть совершать продажи;
- покрывать издержки на производство гостиничных продуктов;
- максимизировать прибыль от продаж.

Ценообразование:

- Позволяет формировать объем прибыли;
- Является инструментом конкурентной борьбы;
- Является инструментом согласования интересов отеля с партнерами и клиентами на рынке.



Источник: <https://ppt-online.org/780450>

Моделирование цены, ориентированной на достижение максимума дохода от продаж услуг

Цели формирования ценовой политики:

- Обеспечение существования гостиничного предприятия
- Максимизация прибыли от продаж
- Расширение оборота
- Снятие сливок за счет уникальности услуги
- Лидерство в качестве гостиничных услуг

В зависимости от целей, гостиничное предприятие выбирает стратегию.

Ценовая стратегия — это выбор возможной динамики изменения исходной цены продукта в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей цели предприятия.

Корректировка цен находится в зависимости от:

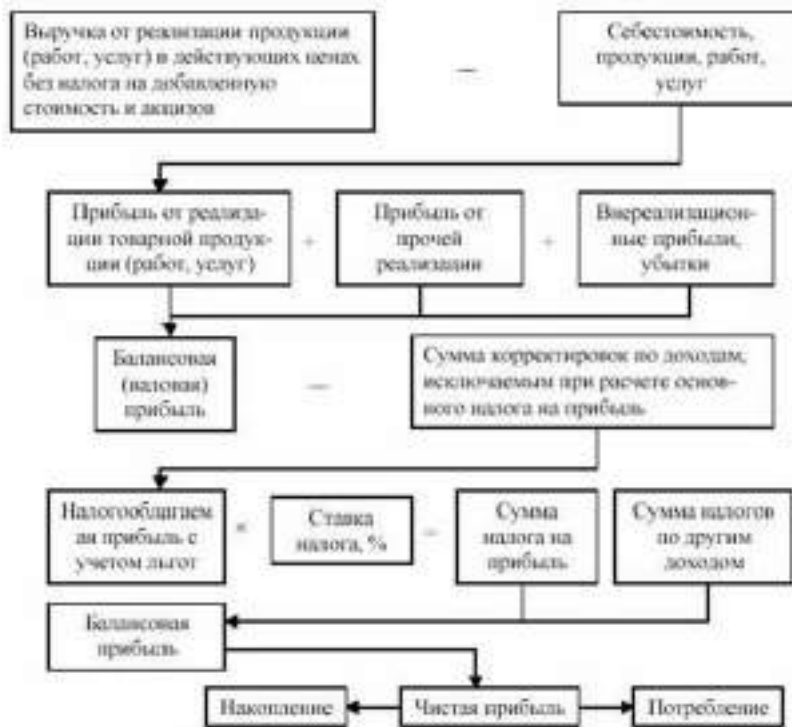
- от сезона (лето - осень, зима, весна - лето);
- от скидок (на периоды времени);
- от цен конкурентов (повышая или понижая);
- стимулирования сбыта гостиничных продуктов;
- с учетом положения на гостиничном рынке;
- ориентированность на международный рынок



Источник: <https://ppt-online.org/780450>

РАЗДЕЛ 6. Прибыль и безубыточность предприятия Гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 6.1. Прибыль предприятия и методы ее расчета



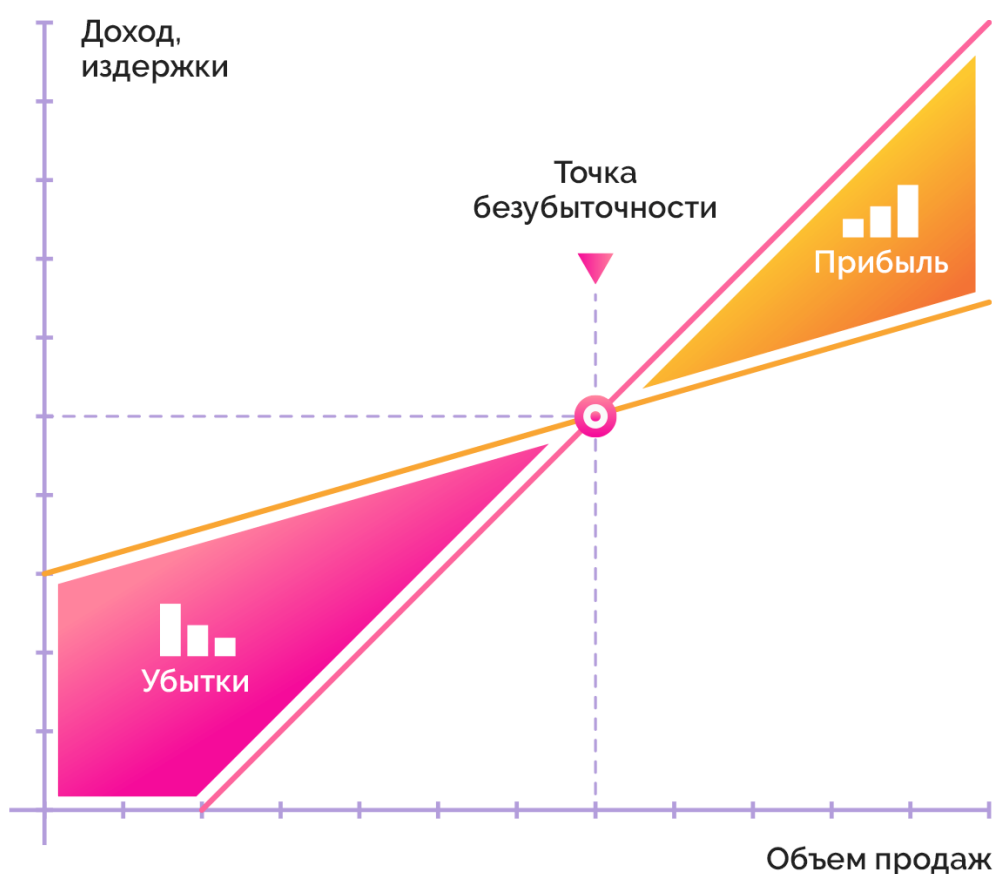
Источник: <https://ecoorg.jimdofree.com/%D1%81%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B9/%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8C-%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%BB%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/>

[%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



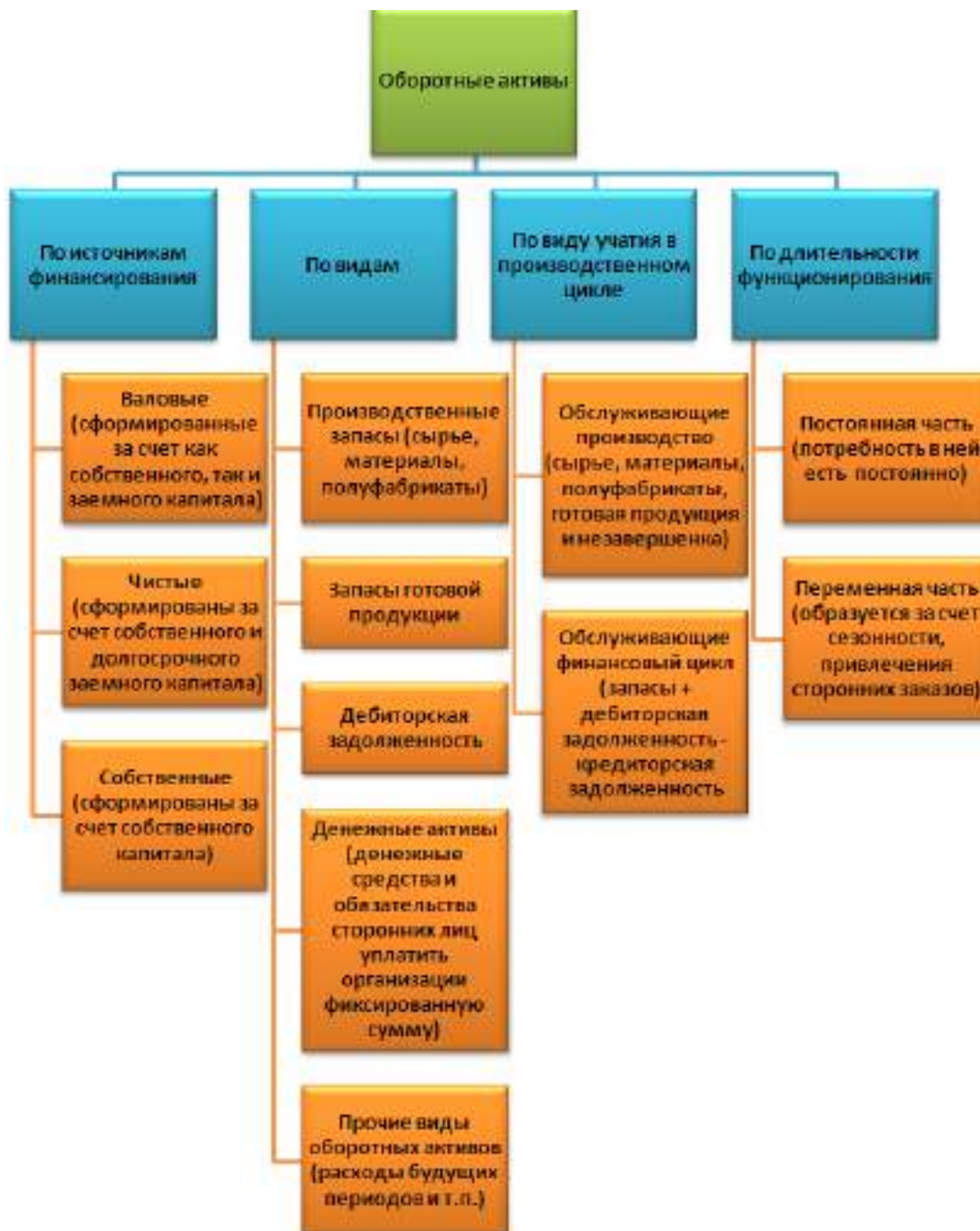
Источник: <https://neiros.ru/blog/finance/kak-i-zachem-rasschityvat-tochku-bezubytochnosti/>



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	=	$\frac{\text{Текущие активы}}{\text{Текущие обязательства}}$
Коэффициент быстрой (срочной) ликвидности	=	$\frac{\text{Ден. ср. - ва} + \text{Крат. фин. влож} + \text{Деб. з.}}{\text{Текущие обязательства}}$
Коэффициент абсолютной ликвидности	=	$\frac{\text{Ден. ср. - ва} + \text{Крат. фин. влож}}{\text{Текущие обязательства}}$

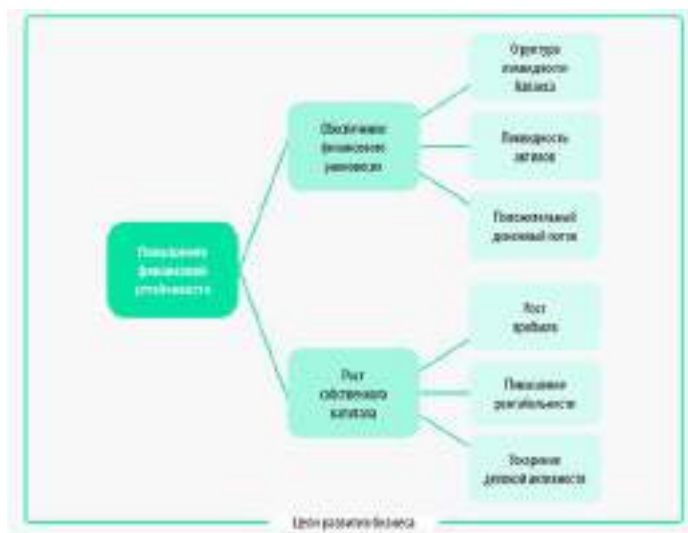
Источник: https://www.profiz.ru/peo/10_2021/rentabelnost_kompanii/

РАЗДЕЛ 8. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса

Тема 8.1. Финансовая устойчивость предприятия

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/

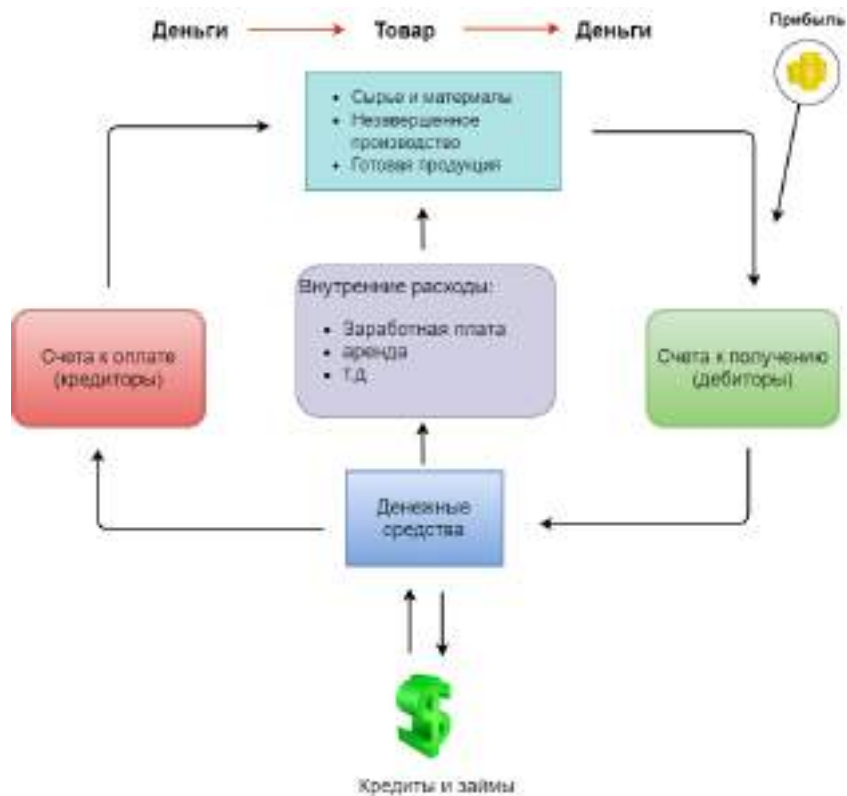


Источник: https://www.profiz.ru/peo/7_2021/tekhnika_upravleniya/

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/>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы по дисциплине (модулю) актуализированы	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»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
_____ 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

СЕРВИСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2024

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Сервисное проектирование в гостиничном и ресторанном бизнесе» разработана 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 от 08 июня 2017г. № № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторано-гостиничного бизнеса и гастрономии
(наименование кафедры)

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
доктор экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Управляющий Отель Веллион
Сухаревский, Москва



М.Ф.Курджиева

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	12
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	17
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	28
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	28
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	67
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)...	67
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	88
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	88
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	92

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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	
Тема 1.1 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	Метриках, сервис-дизайна: NPS (Net Promoter Score). Индекс

потребности гостя и его взаимодействие с продуктом	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 МАУА, 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. <i>Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, влияет их на доверие и эмоции пользователей.</i>
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.

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 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 степенью 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 посредством 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 ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый 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 (технология), 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

Тема 1.1 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. 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 удовлетворенность 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 МАУА, 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.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

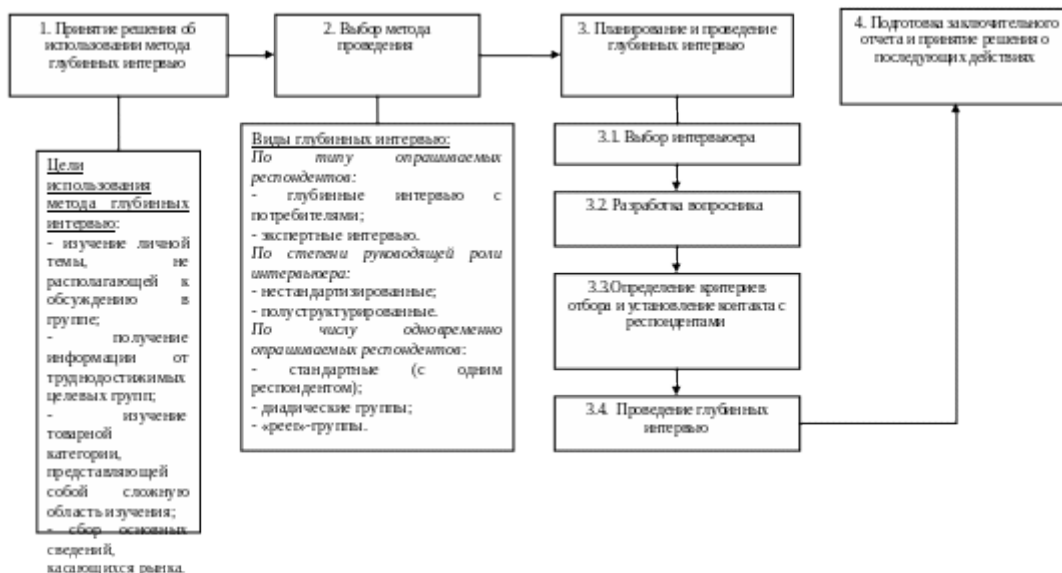
РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ

Тема 1.1 Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом



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

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Цифровой маркетинг и продвижение туристских и гостиничных продуктов» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических 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.

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 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 насколько осознанно 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 x 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 заслушиванием 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 подрисовочными 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 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.

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. Объем 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 частности, 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. 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, комьюнити-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, комьюнити-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, внося 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 анализом 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 заикнуться 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:

$NPS = \% \text{ промоутеров} - \% \text{ критиков}$

Допустим, юридическая фирма опросила 230 клиентов, получив такую разбивку:

- Промоутеры — 70 (30,4 %).
- Нейтралы — 130 (56,5 %).
- Критики — 30 (13 %).

Проводим расчёт:

$NPS = 30,4 \% - 13 \% \text{ критиков} = 17,4 \%$

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 Яндекс 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.
 - $NPS = \% \text{ промоутеров} - \% \text{ критиков}$. 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 удовлетворённости 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 послышки 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 культура¹. 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 определяют 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 формализуемый 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. Galbraith 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.

«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, «взаимосвязав» 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 одновременно.

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 стремится 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: $C_t = P - Z$, где P – это преимущества товара, а Z – 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, который 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 бэгета. 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 успевают.

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 размыывают 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 МАУА, 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 СЛМ	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 ЕЖМ

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 ЕЖМ в формате строгой таблицы:

	Candidacy	Onboarding	Performance	Growth		Exit	Post-Exit
Objective	Find a job	Understand organization, role and goals	Achieve goals, contribute, and receive recognition	Learn, grow and achieve personal satisfaction		Depart organization	Refer and/or return to organization
Employee Experience	Submit Resumé	Meet & Greet	Management	Learning	Coaching	Exit strategy	Refer
	Offer/Selection	Benefits overview	Recognition	Development	Internal opportunities	Termination	Return
	Interviews	Objective and Role Review	Co-worker relationships	Succession planning		Resignation	

Визуализируйте ЕЖМ, 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 продать. 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;
- продемонстрировать 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, фармацевтика).

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).

Попробуйте применить этот прием рефрейминга на следующих фразах:

- Работа только с предоплатой.
- Товар не укомплектован дополнительными аксессуарами.
- Монитор очень маленького размера.
- Этот товар совершенно 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. Преподнесите 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. Общим 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 преподнесите 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 нервуй 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 метамоделей.

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 получают 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. *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 x 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 окончании 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 многоуровневого 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 многоуровневого 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 удовлетворённости 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 ?b2с?.
3. Классификационные критерии и типология услуг.
4. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.

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 x 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, показывается 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 МАУА, 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 целям 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. 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 x 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 проекта 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 проекта 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 проекта 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. 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 x 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 окончании 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;

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.

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

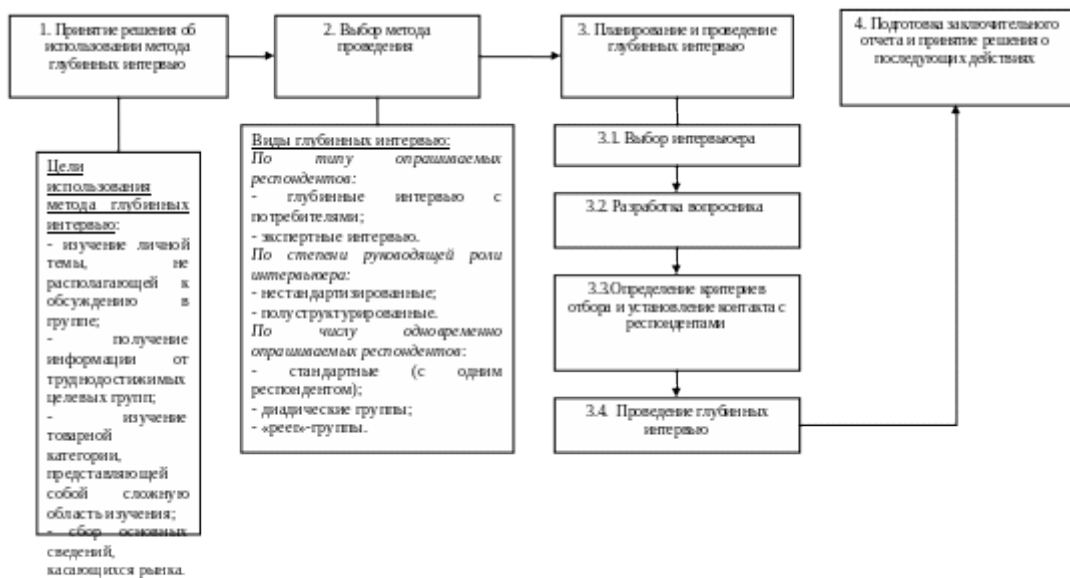
РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ

Тема 1.1 Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом



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

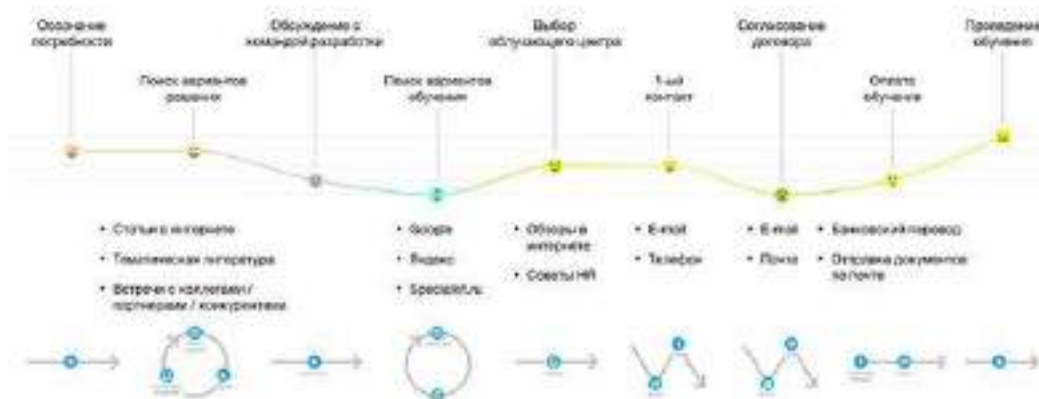
Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения



Процесс принятия потребителями решения о покупке

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента.

Путь клиента (СJM)



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

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы по дисциплине (модулю) актуализированы	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»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
/ К.К. Поздняков
29 февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ГОСТИНИЧНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Гостиничный менеджмент» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанный-гостиничного бизнеса и гастрономии Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
кандидат экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Управляющий Отель Веллион
Сухаревский, Москва



М.Ф.Курджијева

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	9
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	14
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	33
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	43
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	43
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	151
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	151
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)	167
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	167
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	186

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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 общественного питания	Структура управления организацией и ее элементы. Требования к структуризации управления. Общая типология организационных структур и их характеристика. 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 гостиницах. 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 персоналом. 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

	<p>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.</p>
<p>Тема 4.2 Карьера персонала в гостинице и организации общественного питания</p>	<p>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.</p>
<p>РАЗДЕЛ 5. Власть, лидерство и руководство в менеджменте гостиниц и организаций общественного питания</p>	
<p>Тема 5.1 Менеджмент деловых совещаний и переговоров в гостиницах и организациях общественного питания</p>	<p>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</p>

	<p>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.</p>
<p>Тема 5.2 Управление конфликтами в гостиницах и организациях общественного питания</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>
<p>РАЗДЕЛ 6. Управленческие решения в гостиницах и организациях общественного питания</p>	
<p>Тема 6.1 Управление сбытовой политикой гостиниц и организаций общественного питания</p>	<p>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.</p> <p>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</p>

	<p>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.</p>
<p>Тема 6.2 Менеджмент финансовых ресурсов и доходов в гостиничных организациях и организациях общественного питания</p>	<p>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 при принятии управленческого решения. Методы принятия управленческого решения.</p> <p>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</p>

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 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности

посредством 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 ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый 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 фантастических. 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 питания

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 решений 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?

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания

Тема 1.1. Гостиничное хозяйство и общественное питание

¹ Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).

Сущность индустрии гостеприимства

В структуру индустрии гостеприимства входят:

- 1) предприятия общественного питания;
- 2) транспортные услуги;
- 3) культурно-развлекательные услуги.



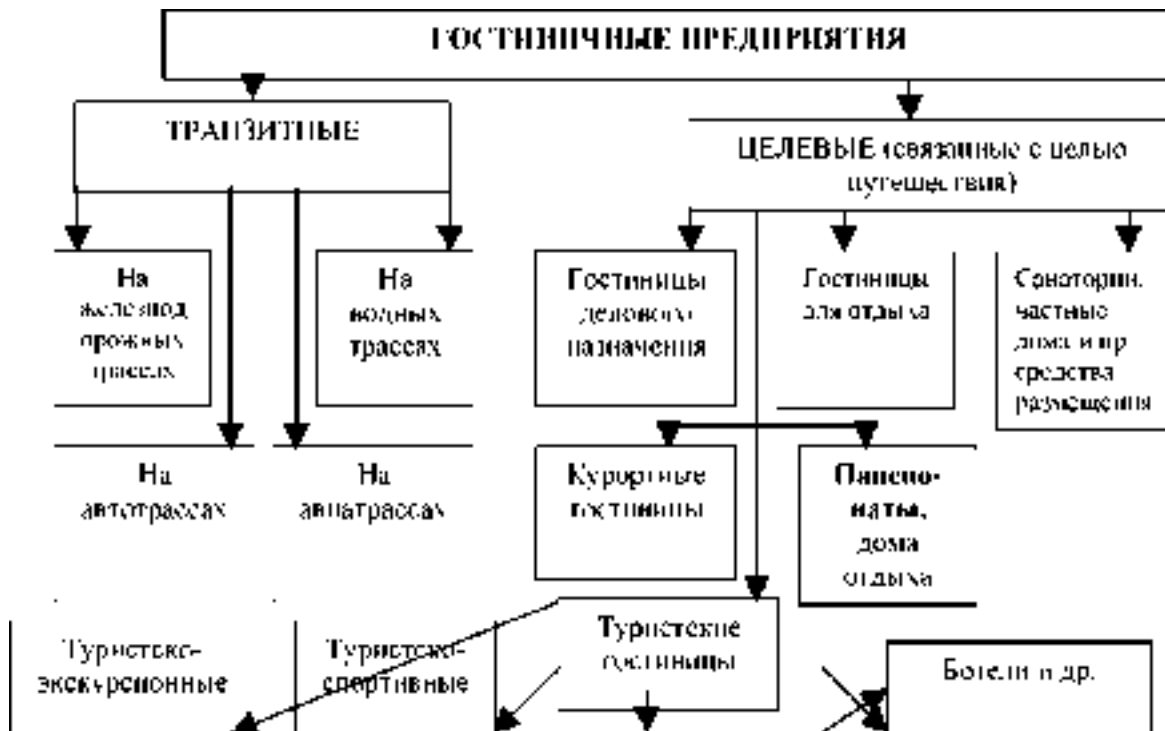
Источник: <https://present5.com/industriya-gostepriimstva-industriya-gostepriimstva-eto-kompleksnaya/>

Особенности управления на предприятиях общественного питания.

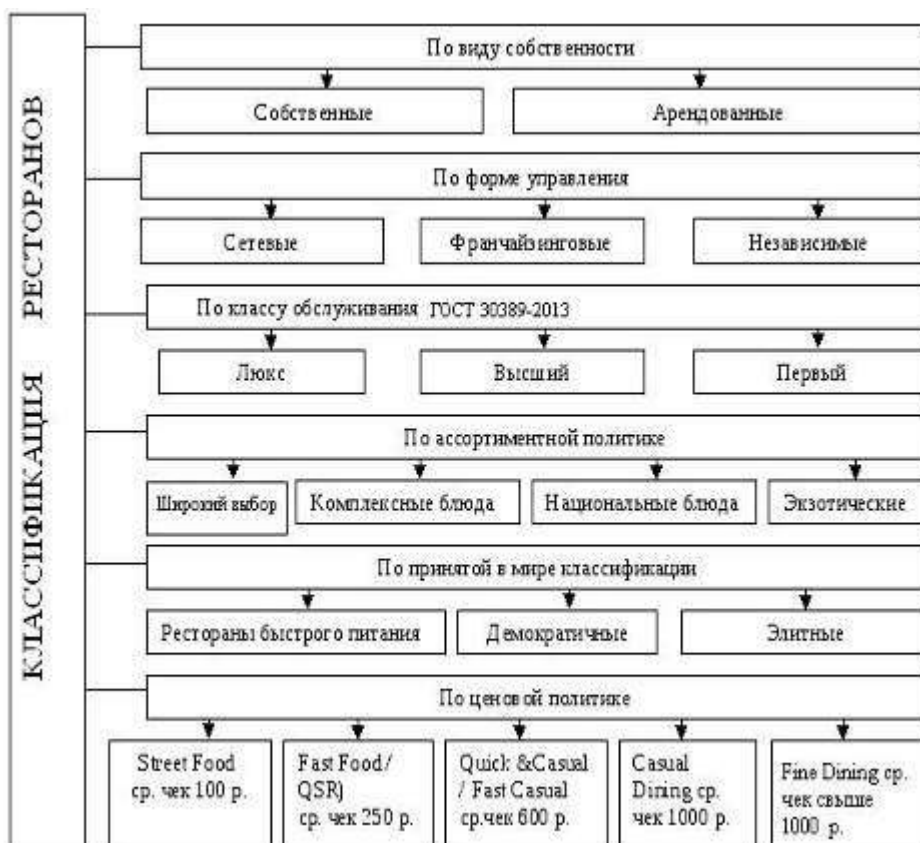
Функции менеджера по обслуживанию
Для выполнения функций управления предприятиями, организациями общественного питания создается соответствующая структура системы управления, представляющей собой совокупность специализированных подразделений, взаимосвязанных процессом принятия и реализации управленческих 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, специалистов и технических исполнителей.



Источник: <https://otvet.mail.ru/question/212800745>



Источник: <https://topuch.com/kurovaya-rabota-po-discipline-tehnologiya-obsluzhivaniya-ista/index5.html>



Источник: https://mobile.studbooks.net/1389827/tovarovedenie/teoreticheskie_osnovy_deyatelnosti_predpriyatiya_restorannogo_biznesa

II. СТРУКТУРА И УРОВНИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА.

Виды классификации:

- 1. Структурная классификация**, по структуре всех существующих в гостинице продуктов. В соответствии с этой классификацией принято проводить дифференциацию гостиничных продуктов на основные, сопутствующие и дополнительные;
- 2. Уровневая классификация**, по уровням конкретного продукта. Продукт по замыслу, продукт в реальном исполнении и продукт с подкреплением.



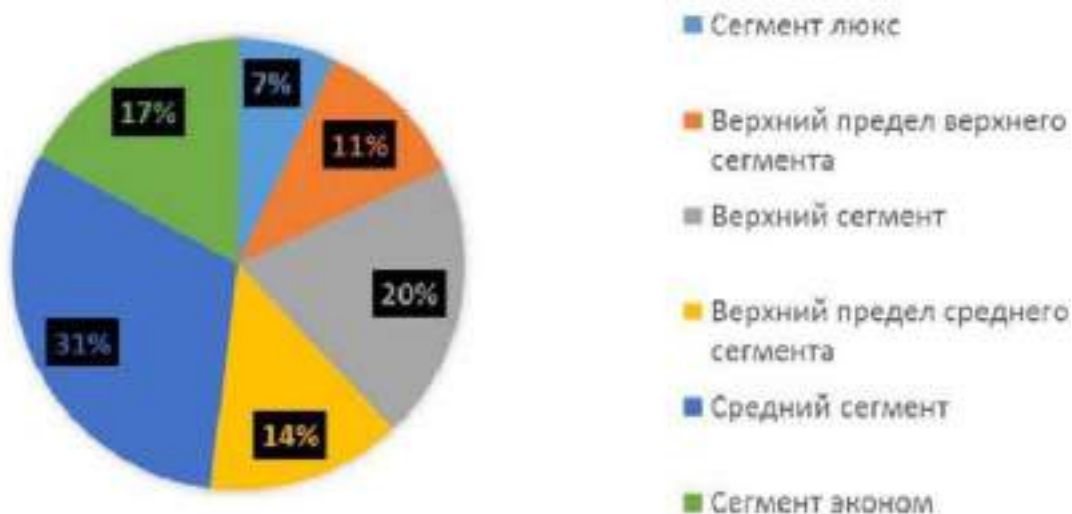
Источник: <https://ppt-online.org/397855>

ТЕХНОЛОГИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ

1. Предварительный заказ мест в средстве размещения (бронирование)
2. Прием, регистрация и размещение гостей
3. Предоставление услуг проживания
4. Предоставление дополнительных услуг проживающим
5. Окончательный расчет и оформление выезда

Источник: <https://ppt-online.org/521923>

Сегментация качественного гостиничного предложения



Источник: <https://lean-kaizen.ru/strategiya-upravleniya-personalom-sfery-gostinichnykh-uslug.html>

РАЗДЕЛ 2. Организационная структура управления гостиницами и организациями общественного питания

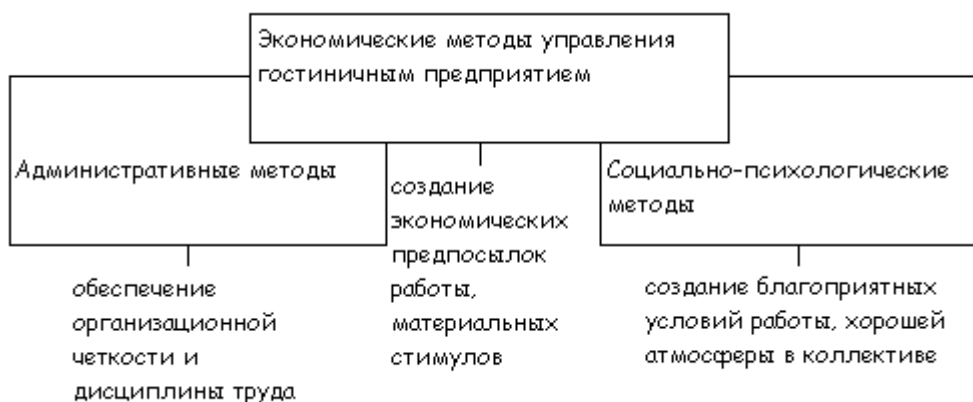
Тема 2.1 Процесс и функции управления гостиницами и организациями общественного питания





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/>

Состав производственного персонала предприятий общественного питания

- ОСТ 28-1-95 «Общественное питание. Требования к производственному персоналу»



11



Источник: <https://slide-share.ru/organizacionnaya-struktura-predpriyatiya-obshchestvennogo-pitaniya-748875>

РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов

Тема 3.1 Подбор персонала в гостиницы и организации общественного питания



Источник: <https://zdamsam.ru/a50985.html>

ПРЕИМУЩЕСТВА ОБУЧЕНИЯ ГОСТИНИЧНОМУ СЕРВИСУ

- Востребованность на рынке труда: выпускник может работать в отелях, мотелях, хостелах, санаториях, гостевых домиках и в домах отдыха
- Удовлетворенность от полезности труда и благодарности гостей
- Возможность карьерного роста в крупных отелях
- Высокий престиж и респектабельность профессии
- Постоянная востребованность на рынке труда
- Спокойный рабочий ритм в малых отелях
- Высокий уровень оплаты труда
- Знание иностранных языков
- Сменный режим работы



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-obsluzhivaniya-potrebitelej-predpriyatij-pitanija.html>

Тема 3.2 Права и обязанности руководителей подразделения

- *Создание благоприятных условий труда* - важная задача и для предприятий торговли, общественного питания заготовительно-перерабатывающего комплекса.
- В отличие от других отраслей экономики для них особое значение имеет соблюдение трудового законодательства по вопросам продолжительности рабочего времени и времени отдыха работников.
- С этой целью устанавливаются оптимальные режимы работы магазинов, столовых, заготовительных предприятий. В условиях пятидневной рабочей недели рекомендуется устанавливать продолжительность работы предприятий: 8 ч, 11 ч или 14-15 ч.

Источник: <https://www.slideserve.com/zia-wells/5916382>

Права и обязанности руководителя.

Юрисконсульт непосредственно подчиняется начальнику отдела правового регулирования социально-трудовых отношений.

Обязанности руководителя:

- Осуществлять планирование и организацию деятельности подчиненных подразделений и персонала, а так же анализировать и оценивать качество данной деятельности.
- Обеспечивать соблюдение законности в деятельности Общества.
- Организовывать и контролировать: деятельность персонала и подразделений, исполнение требований документации подготовку заключений по правовым вопросам, обеспечение работников необходимой правовой информацией, выполнение утвержденного плана работы, ведение дел в правоохранительных органах, разработку типовых форм договоров, своевременное составление отчетности.
- Осуществлять: представление интересов Общества в судах, во всех государственных и негосударственных организациях, учреждениях, коммерческих и некоммерческих организациях, независимо от их организационно-правых форм; подготовку заключений и предложений о привлечении работников к дисциплинарной и материальной ответственности за нарушение действующего законодательства; изучение, анализ и обобщение результатов рассмотрения претензий, судебных дел с целью разработки предложений об устранении выявленных недостатков; консультирование работников по правовым вопросам.

Источник: <https://xxx-shopping.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?



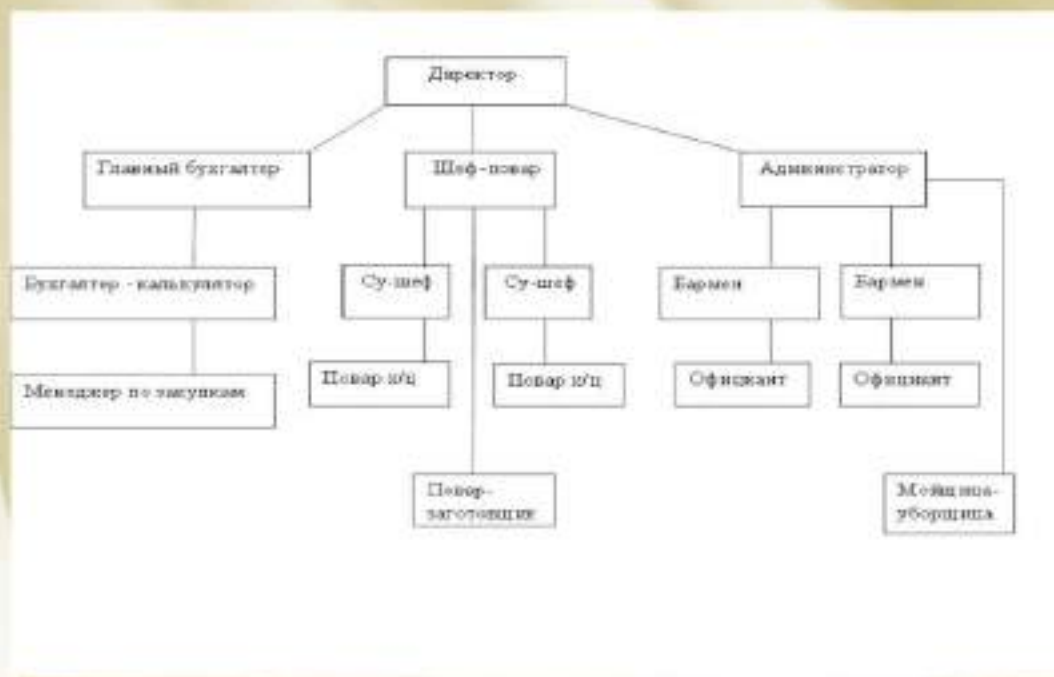
Источник: <https://ppt-online.org/427028>

Организационная структура отеля



Источник: <https://ppt-online.org/496955>

Организационная структура ресторана



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

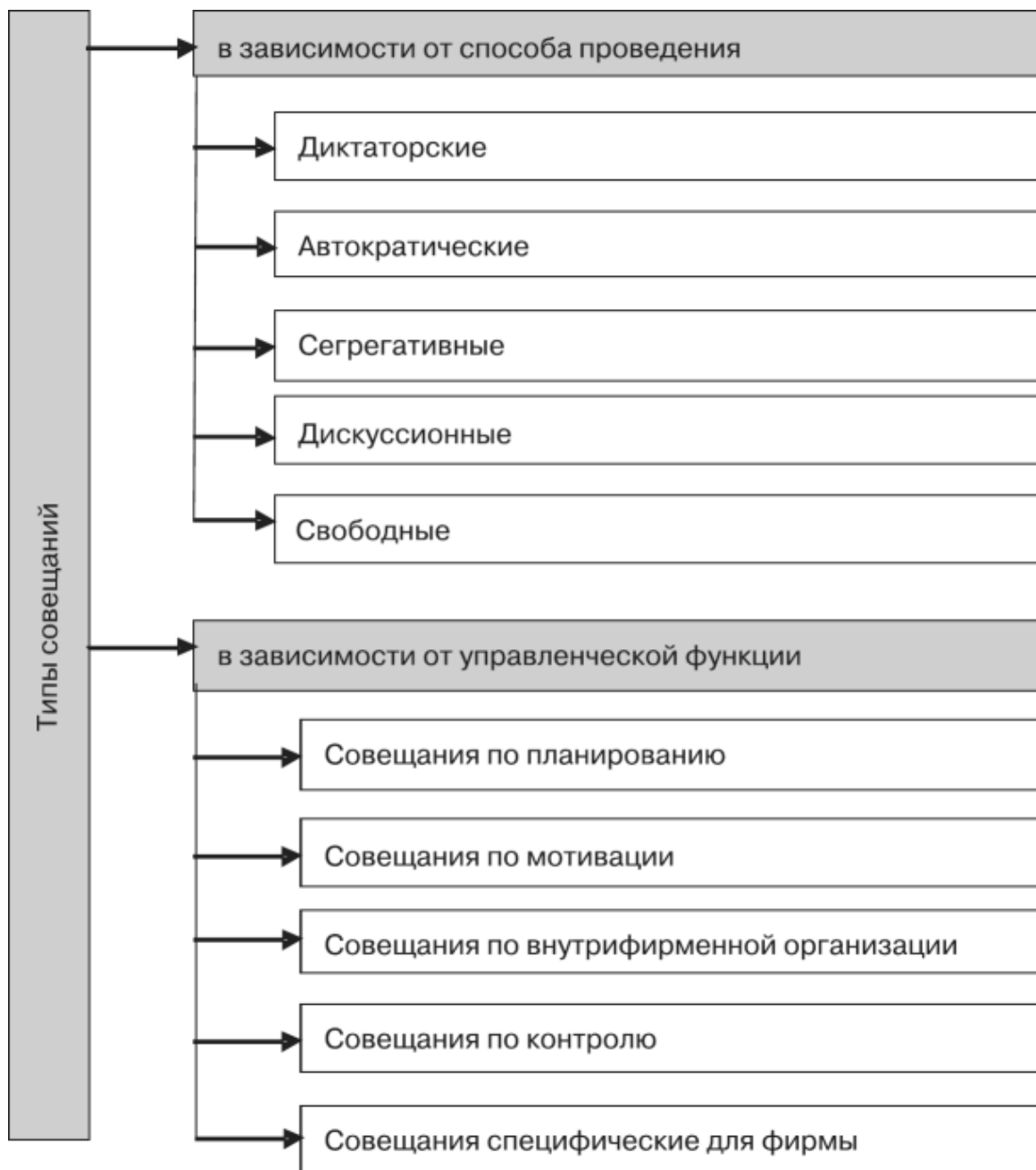


Источник: https://bstudy.net/739691/turizm/klassifikatsiya_delovyh_soveschaniy



Источник:

https://studref.com/622157/turizm/opisanie_osnovnyh_sluzhb_gostinichnogo_predpriyatiya



Источник: https://bstudy.net/635641/ekonomika/delovoe_soveschanie

Управление конфликтами - это процесс целенаправленного воздействия на персонал организации с целью *устранения (минимизации) причин*, породивших конфликт, или на *коррекцию поведения участников* конфликта в соответствии 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; перечисление 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



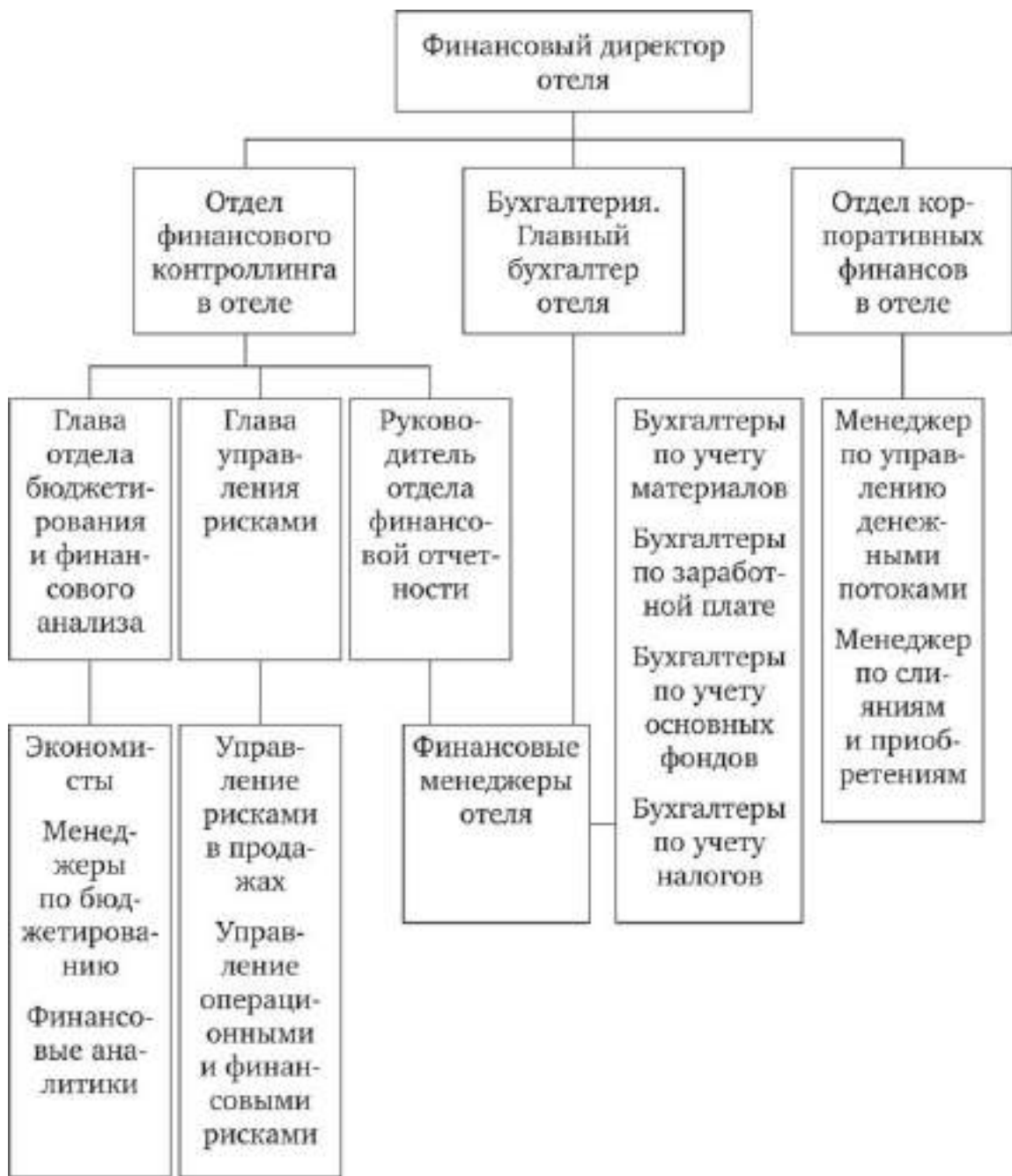
Источник: <https://volkoff68.livejournal.com/9040.html>

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_predpriyatiah_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

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Наименование 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 программой 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 насколько осознанно 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 x 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 окончании 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 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.

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 демонстрируется 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. 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 менее 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: А, В, С, D. Гостиницы категории А соответствуют четырехзвездочному уровню, В - трехзвездочному, С - двухзвездочному. 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), изготавливающие промышленными 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 отразилось 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, специализирующихся 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, ресторанный 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 аттракционы. 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 введен 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 неосвязаемы. 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 ссылаются 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 непроеизводственной или материально-производственной деятельности, которая заключается в полезном действии в оказании материальных услуг, включающих производство продукции и ее ремонт, либо заключается в удовлетворении непроеизводственных 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 одновременно и меняющейся 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, приобретает 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 решениям, определяющим 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 политики управления, политики инноваций, планирование, организация работы, мотивация, координация, контроль, ответственность);
- управление структурой предприятия (его создание, предмет деятельности, правовые формы, связи с другими предприятиями, территориальные 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 определенной однородностью, сложностью и стабильностью воздействий на объект со стороны субъекта управления.

Планирование в гостинице включает в себя следующее:

- разработка стратегии, согласованной с маркетинговыми стратегиями, и анализ конъюнктуры туристического рынка;
- определение экономических факторов, влияющих на эффективность и полноту осуществления гостиничного менеджмента;
- составление бюджетного плана и формирование ценовой политики;
- долгосрочное и краткосрочное планирование деятельности структурных подразделений гостиницы;
- оценка рисков, сопутствующих гостиничному бизнесу;
- планирование загрузки номерного фонда, посадочных мест на предприятиях питания, анимационных и лечебно-оздоровительных центров и транспортных средств.

Организация

Это вторая функция управления, нацеленная на упорядочение деятельности менеджера и исполнителей. Если функция планирования отвечает на вопросы, что включать в план, что предпринять, что предвидеть и т. д., то функция организации ставит вопросы, кто и как будет организовывать выполнение плана. Таким образом, выполнение данной функции связано с четким осуществлением деятельности как самим менеджером, 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 коммуникаций;
- обеспечение кадрами, обучение и развитие кадрового состава;
- обеспечение информационного, экономического, эстетического, бытового и психологического комфорта.

Подбор кадров

Функция управления, нацеленная на решение важнейших задач кадрового направления, включает в себя отбор и прием на работу сотрудников наиболее квалифицированных и соответствующих требованиям стандартов гостиничной индустрии. Особенность данной

функции в менеджменте гостиницы состоит в том, что управляющий и обслуживающий 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 применяются методы принуждения и поощрения (политика кнута и пряника). Однако не всегда экономические и административные методы срабатывают эффективно. Теоретики менеджмента разрабатывают новые способы мотивации к труду, опираясь на психологические мотивы.

Методы мотивации воспринимаются разными людьми по-разному. Одни предпочитают моральные, другие – материальные стимулы. Основные способы мотивации труда объединяются в пять относительно самостоятельных 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 помех и отклонений от заданного режима работы.

В гостиницах иногда непредвиденно возникает необходимость концентрировать 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. Нарушения координации приводят к тому, что руководители не знают о работе друг друга и действуют обособленно.

Координация в гостинице должна осуществляться с помощью совещаний, контактов менеджеров дежурных служб при проведении переменок или во время личного общения руководителей, связанных с согласованием 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 ограничено. 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 заработной 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 конструктивной 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 – руководитель не 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 настолько 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 рискован 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. Опросили 50 человек: 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 и сервис (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 человека посещали 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 качества заведения.

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;
- Преискурант 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, чтобы 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 индустрия 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 «xxx».

ГЛАВА I. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА 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 категорией 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 УПРАВЛЕНИЯ 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. Семейства и ассоциации. В России 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 отелей, 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 договоров о франшизе, популярными становятся аренда и консорциум. Для гостиничной индустрии договор франчайзинга определяет требования к внешнему виду здания, интерьеру номеров, количеству 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 банкротств 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, Москва 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 (Пуэрто-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 проведению 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 отношений 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. Информировывает 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 применением обратной связи	с
--	--	---	---

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 еще 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 деятельности, 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 обучающегося.

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 удастся 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 то же. 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 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 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 принадлежность конфликтующей 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 безработице. 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 решений 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 обдуманый 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 обуславливали 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 случилось 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 управленческих 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 принятия 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 или 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 решений 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 не документированные (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:
- разделение управленческого труда в гостиничном предприятии
 - состав и форма взаимоотношений между руководителями и работниками сферы гостеприимства
 - определение способов взаимоотношений между элементами структуры управления
 - определение управленческих функций
5. От какого одного из факторов зависит построение структуры управления
- от состава руководителей
 - определение взаимоотношений между элементами структуры управления
 - от числа линейных и функциональных звеньев каждого уровня
 - 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 несколькими 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 заключается 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 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

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 решений 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 практического 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. Юридическое свойство управленческого решения – это:

- а) целенаправленность;
- б) правомерность;
- в) плановость;
- г) коллегиальность.

3. Технологическое свойство управленческого 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.

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Характеристика современного гостиничного хозяйства и общественного питания

Тема 1.1. Гостиничное хозяйство и общественное питание



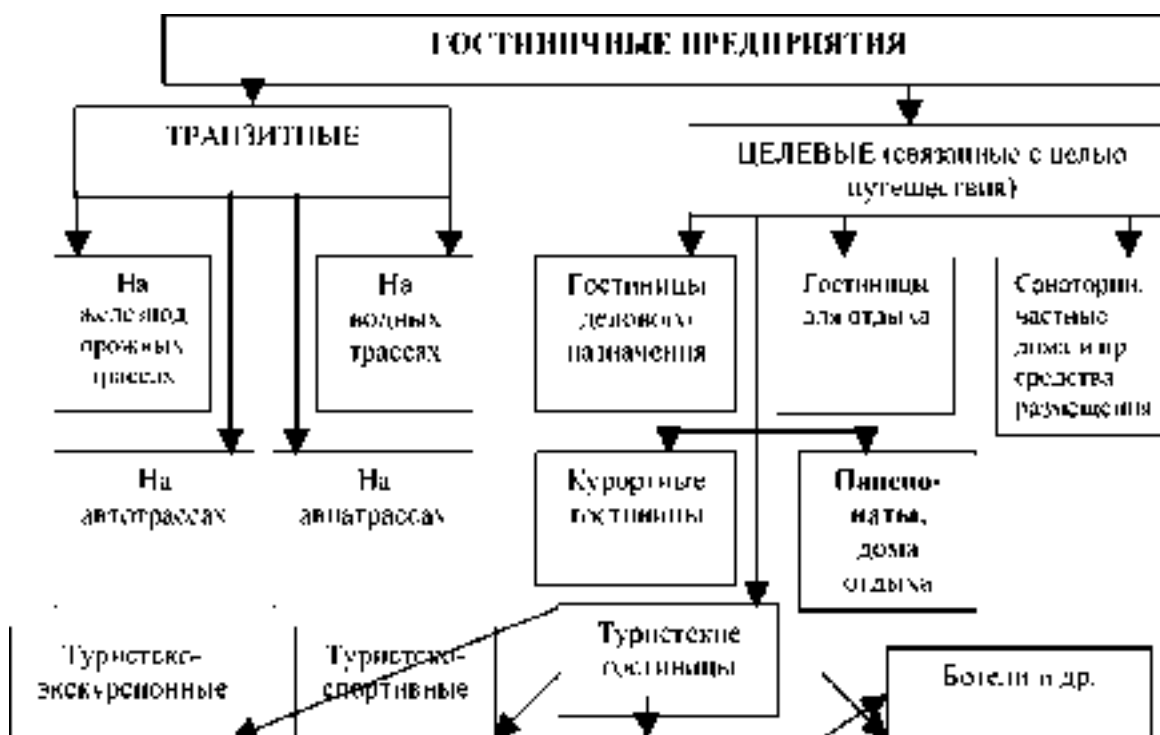
Источник: <https://present5.com/industriya-gostepriimstva-industriya-gostepriimstva-eto-kompleksnaya/>

Особенности управления на предприятиях общественного питания.

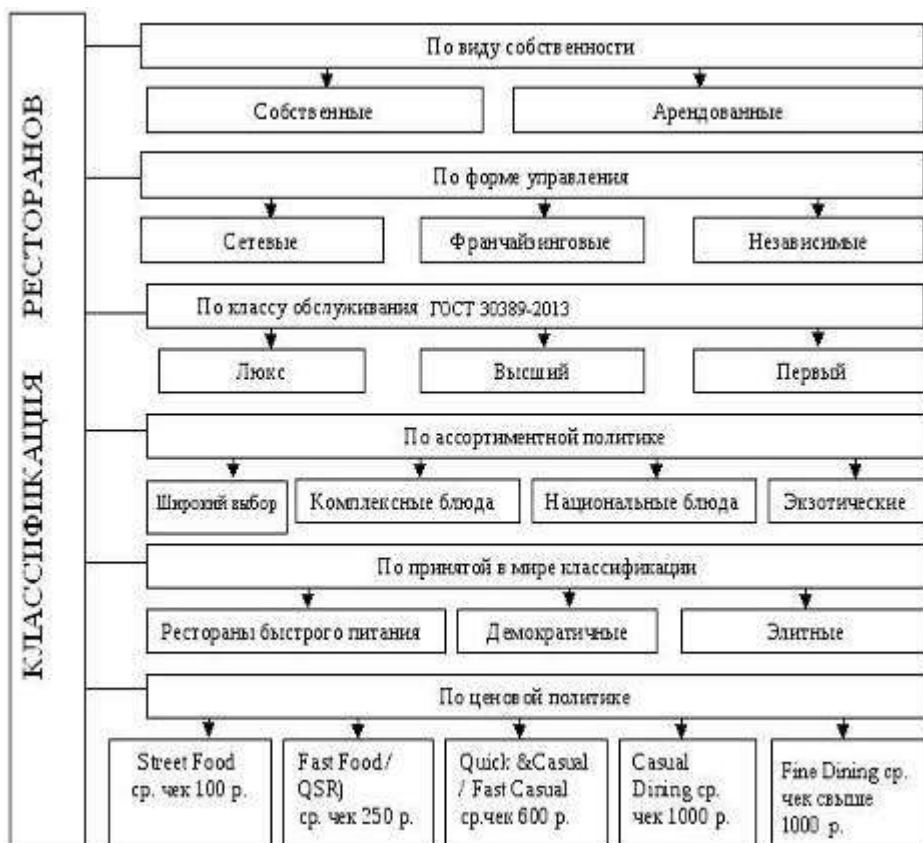
Функции менеджера по обслуживанию
 Для выполнения функций управления предприятиями, организациями общественного питания создается соответствующая структура системы управления, представляющей собой совокупность специализированных подразделений, взаимосвязанных процессом принятия и реализации управленческих 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, специалистов и технических исполнителей.



Источник: <https://otvet.mail.ru/question/212800745>



Источник: <https://topuch.com/kurovaya-rabota-po-discipline-tehnologiya-obslujvaniya-i-sta/index5.html>



Источник:

https://mobile.studbooks.net/1389827/tovarovedenie/teoreticheskie_osnovy_deyatelnosti_predpriyatiya_restorannogo_biznesa

Тема 1.2 Управление характеристиками гостиничных продуктов

II. СТРУКТУРА И УРОВНИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА.

Виды классификации:

1. **Структурная классификация**, по структуре всех существующих гостиничные продукты. В соответствии с этой классификацией принято проводить дифференциацию гостиничных продуктов на основные, сопутствующие и дополнительные;
2. **Уровневая классификация**, по уровням конкретного продукта. Продукт по замыслу, продукт в реальном исполнении и продукт с подкреплением.



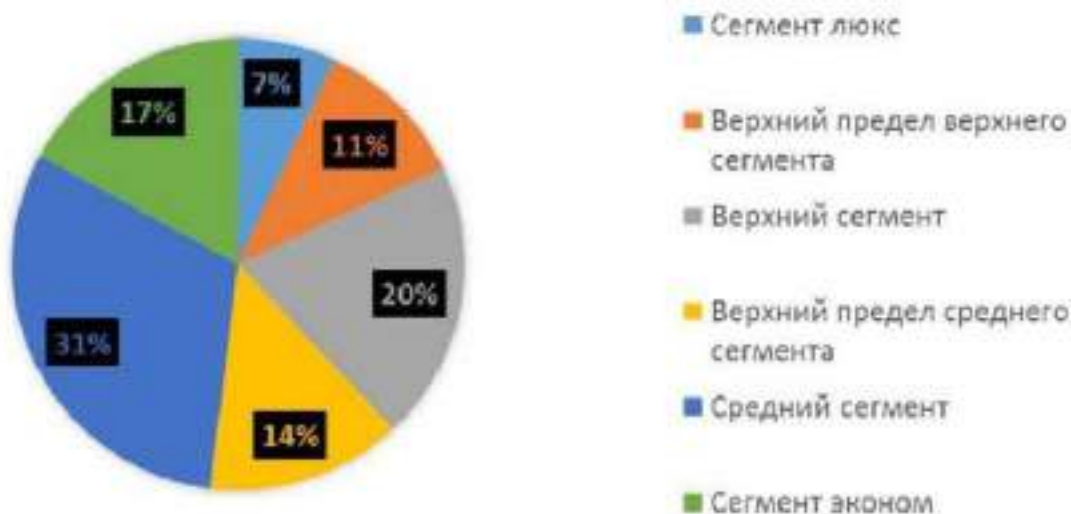
Источник: <https://ppt-online.org/397855>

ТЕХНОЛОГИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ

1. Предварительный заказ мест в средстве размещения (бронирование)
2. Прием, регистрация и размещение гостей
3. Предоставление услуг проживания
4. Предоставление дополнительных услуг проживающим
5. Окончательный расчет и оформление выезда

Источник: <https://ppt-online.org/521923>

СЕГМЕНТАЦИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ



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





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/>

Состав производственного персонала предприятий общественного питания

- ОСТ 28-1-95 «Общественное питание. Требования к производственному персоналу»



11



Источник: <https://slide-share.ru/organizacionnaya-struktura-predpriyatiya-obshchestvennogo-pitaniya-748875>

РАЗДЕЛ 3. Трудовые процессы гостиниц и ресторанов

Тема 3.1 Подбор персонала в гостиницы и организации общественного питания



Источник: <https://zdamsam.ru/a50985.html>

ПРЕИМУЩЕСТВА ОБУЧЕНИЯ ГОСТИНИЧНОМУ СЕРВИСУ

- Востребованность на рынке труда: выпускник может работать в отелях, мотелях, хостелах, санаториях, гостевых домиках и в домах отдыха
- Удовлетворенность от полезности труда и благодарности гостей
- Возможность карьерного роста в крупных отелях
- Высокий престиж и респектабельность профессии
- Постоянная востребованность на рынке труда
- Спокойный рабочий ритм в малых отелях
- Высокий уровень оплаты труда
- Знание иностранных языков
- Сменный режим работы



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-obsluzhivaniya-potrebitelej-predpriyatij-pitanija.html>

Тема 3.2 Права и обязанности руководителей подразделения

- *Создание благоприятных условий труда* - важная задача и для предприятий торговли, общественного питания заготовительно-перерабатывающего комплекса.
- В отличие от других отраслей экономики для них особое значение имеет соблюдение трудового законодательства по вопросам продолжительности рабочего времени и времени отдыха работников.
- С этой целью устанавливаются оптимальные режимы работы магазинов, столовых, заготовительных предприятий. В условиях пятидневной рабочей недели рекомендуется устанавливать продолжительность работы предприятий: 8 ч, 11 ч или 14-15 ч.

Источник: <https://www.slideserve.com/zia-wells/5916382>

Права и обязанности руководителя.

Юрисконсульт непосредственно подчиняется начальнику отдела правового регулирования социально-трудовых отношений.

Обязанности руководителя:

- Осуществлять планирование и организацию деятельности подчиненных подразделений и персонала, а так же анализировать и оценивать качество данной деятельности.
- Обеспечивать соблюдение законности в деятельности Общества.
- Организовывать и контролировать: деятельность персонала и подразделений, исполнение требований документации подготовку заключений по правовым вопросам, обеспечение работников необходимой правовой информацией, выполнение утвержденного плана работы, ведение дел в правоохранительных органах, разработку типовых форм договоров, своевременное составление отчетности.
- Осуществлять: представление интересов Общества в судах, во всех государственных и негосударственных организациях, учреждениях, коммерческих и некоммерческих организациях, независимо от их организационно-правых форм; подготовку заключений и предложений о привлечении работников к дисциплинарной и материальной ответственности за нарушение действующего законодательства; изучение, анализ и обобщение результатов рассмотрения претензий, судебных дел с целью разработки предложений об устранении выявленных недостатков; консультирование работников по правовым вопросам.

Источник: <https://xxx-shopping.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?

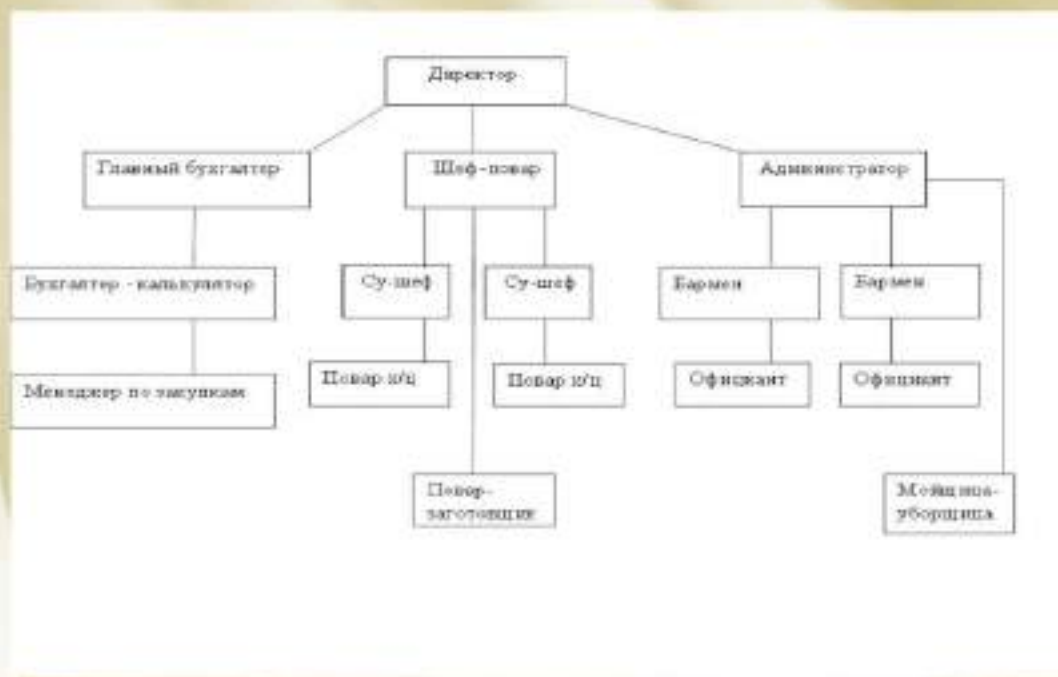


Источник: <https://ppt-online.org/427028>



Источник: <https://ppt-online.org/496955>

Организационная структура ресторана



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

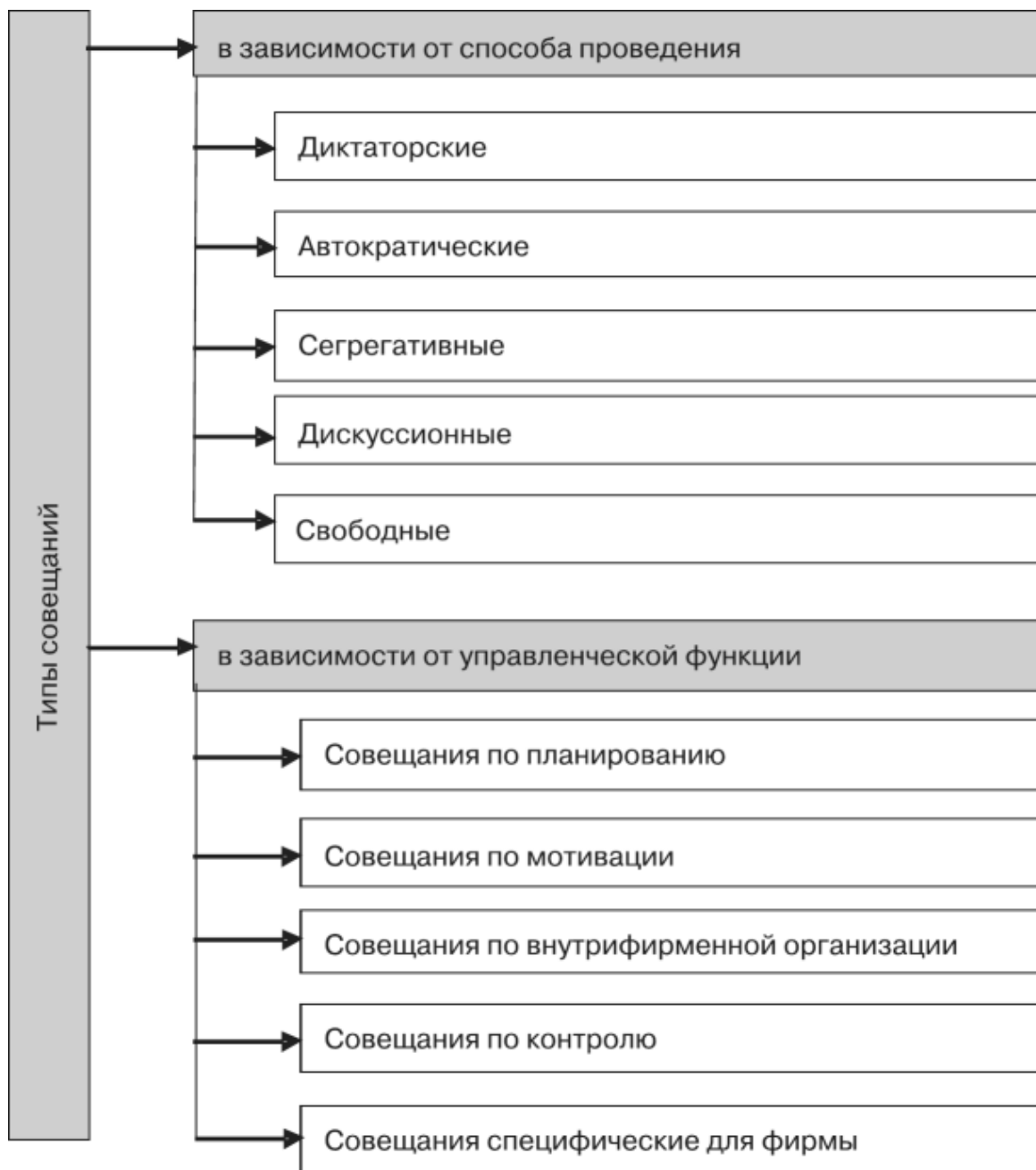


Источник: https://bstudy.net/739691/turizm/klassifikatsiya_delovyh_soveschaniy



Источник:

https://studref.com/622157/turizm/opisanie_osnovnyh_sluzhb_gostinichnogo_predpriyatiya



Источник: https://bstudy.net/635641/ekonomika/delovoe_soveschanie

Управление конфликтами - это процесс целенаправленного воздействия на персонал организации с целью *устранения (минимизации) причин*, породивших конфликт, или на *коррекцию поведения участников* конфликта в соответствии 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; перечисление функциональных обязанностей; поощрение или наказание и т. п.
3	Двухсторонний 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



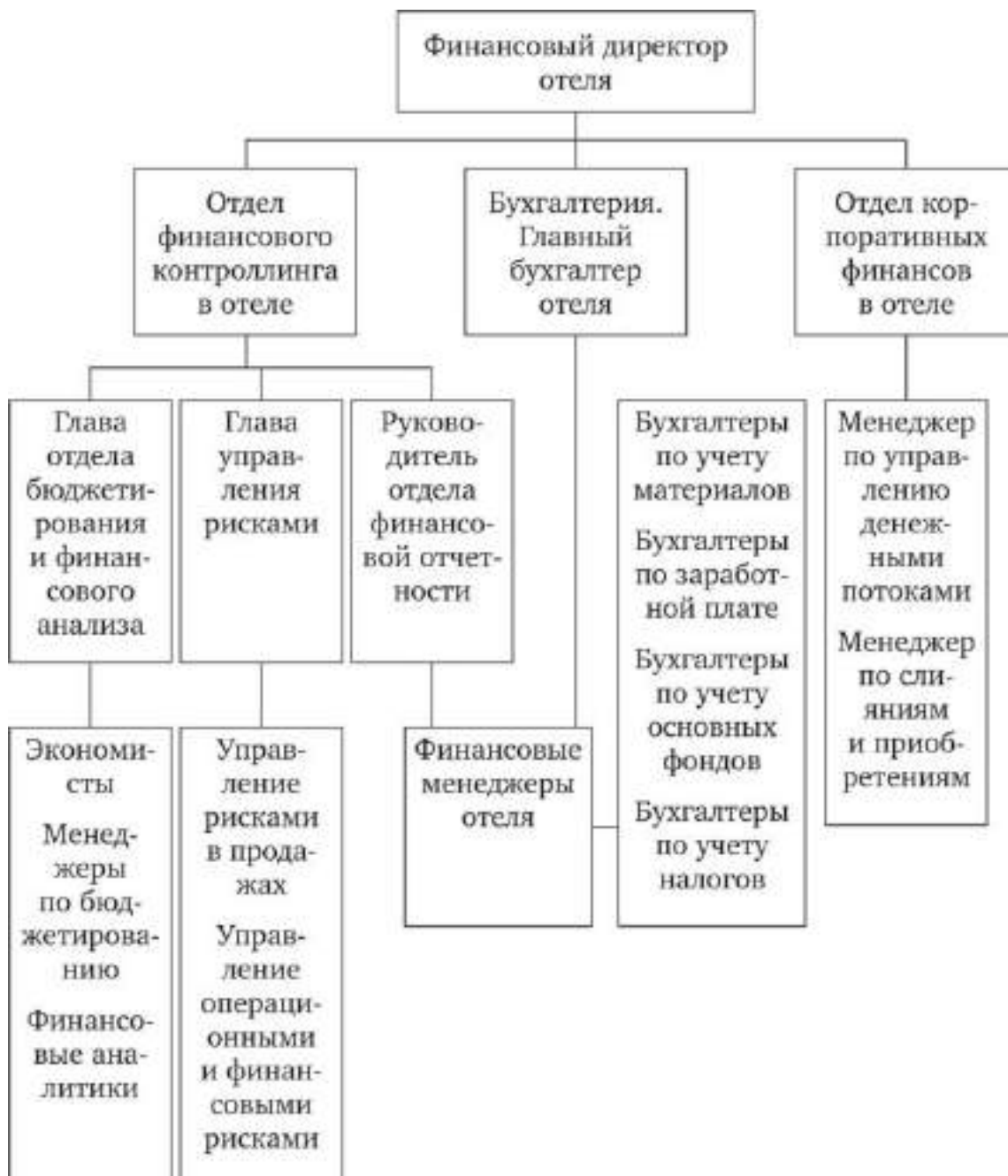
Источник: <https://volkoff68.livejournal.com/9040.html>

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_predpriyatiah_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

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы по дисциплине (модулю) актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «26» февраля 2024 года	01.09.2023
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»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета комплексной безопасности и
основ военной подготовки

/Леонов В.В./

15 февраля 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ОСНОВЫ ПРОФИЛАКТИКИ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ
ТЕРРОРИЗМУ И ЭКСТРЕМИЗМУ**

*Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»*

**Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная**

Москва, 2024 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Основы профилактики и противодействия терроризму и экстремизму» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны: Зеленков Михаил Юрьевич, заведующий кафедрой национальной безопасности, противодействия экстремизму и терроризму, доктор политических наук, кандидат военных наук, доцент.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры социально-политических институтов, процессов и технологий.

Протокол № 6 от «15» февраля 2024 года.

Заведующий кафедрой

доктор политических наук,
кандидат военных наук, доцент



М.Ю. Зеленков

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	8
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	13
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	20
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	20
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	24
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	24
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)	27
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	27
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	29

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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. Терроризм и экстремизм – общая характеристика	
Тема 1.1. Понятие и причины современного терроризма и экстремизма	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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
	как деятельность. Виды террористических актов, их цели, мотивы и способы осуществления.
Тема 1.2. Особенности экстремизма и терроризма, нормативное правовое обеспечение антитеррористической деятельности в России	<p>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.</p>
Тема 1.3. Психологические основы экстремизма и терроризма	<p>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 взрывные устройства. Психология противодействия экстремизму и терроризму в российском обществе.</p>
РАЗДЕЛ 2. Классификация идеологий современного терроризма и экстремизма, их характеристика, профилактика и противодействие	
Тема 2.1. Политический терроризм	<p>Понятие политического экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий. «Левый» и «Правый» политический экстремизм и терроризм. Основные идеологические</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
экстремизм, идеология, профилактика и противодействие	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.
Тема 2.2. Этнический терроризм экстремизм, идеология, профилактика и противодействие.	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.
Тема 2.3. Религиозный терроризм экстремизм, идеология, профилактика и противодействие	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 их парирование. Тенденции, вынуждающие адепта встать 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.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Тема 2.4. Молодежный терроризм и экстремизм, идеология, профилактика и противодействие	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.
Тема 2.5. Кибертерроризм и профилактика противодействия	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.

1.2. 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:

– 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 посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

– 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 ставится 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.

– 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.

– 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.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Терроризм и экстремизм – общая характеристика.

Вопросы для самоподготовки:

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.

РАЗДЕЛ 2. Классификация идеологий современного терроризма и экстремизма, их характеристика, профилактика и противодействие.

Вопросы для самоподготовки:

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.
22. Основные идеологические угрозы религиозного экстремизма и терроризма и их парирование.
23. Тенденции, вынуждающие адепта вставать на путь религиозного экстремизма и терроризма.
24. Фундаментальные причины, объекты и субъекты религиозного экстремизма и терроризма.
25. Факторы политизации религиозного экстремизма и терроризма.
26. Истоки вступления в религиозную террористическую организацию.
27. Религиозный фундаментализм как основа религиозного экстремизма и терроризма.
28. Психология религиозного фундаменталиста.
29. Исламский фундаментализм – угроза международной и национальной безопасности России.
30. Религиозная секта – субъект религиозного экстремизма и терроризма.
31. Формы, методы, силы и средства противодействия идеологии религиозного экстремизма и терроризма в образовательной организации.
32. Молодежные субкультуры.
33. Молодежь России – объект и субъект радикализации.
34. Деструктивное поведение молодежи – источник радикализации.
35. Потенциально криминальные молодежные субкультуры.
36. Понятие молодежного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий.
37. Основные идеологические угрозы молодежного экстремизма и терроризма и их парирование.
38. Фундаментальные причины, объекты и субъекты молодежного экстремизма и терроризма.
39. Криминальная молодежная субкультура как основа молодежного экстремизма и терроризма.
40. Особенности молодежного экстремизма и терроризма в современной России.
41. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии молодежного экстремизма и терроризма в образовательной организации.
42. Глобальное развитие информационных технологий.
43. Двойственность роли информационно-коммуникационных технологий.
44. Злоупотребление высокими технологиями как фактор возникновения кибертерроризма.
45. Общая характеристика и отличительные черты кибертерроризма.
46. Способы использования террористами Интернета.
47. Общая характеристики террористических сообществ в Интернете.

48. Интернет как идеологическая площадка для пропаганды, вербовки сторонников террористов, а также потенциальных исполнителей актов террора.

49. Профилактика и противодействие кибертерроризму в молодежной среде как важная государственная задача по обеспечению информационной безопасности общества.

2. 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 и практических 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 программой 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 лекционному занятию 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 практическому занятию.

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 насколько осознанно 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 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. Объем 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. Объем 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. Объем 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 демонстрируется 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 учебной дисциплины (модуля) завершается зачетом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете 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)

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	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	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.	
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 взрывные устройства. Психология противодействия экстремизму и терроризму в российском обществе.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

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	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	России. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии политического экстремизма и терроризма в образовательной организации.	
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 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.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
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.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	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.	
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

**Приложение № 2 к методическим
материалам по дисциплине (модулю).
Конспекты практических
(семинарских) занятий по дисциплине
(модулю)**

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ 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 идеологии экстремизму и терроризму в образовательной организации.	Дискуссия
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.	Дискуссия

	<p>5. Характерные черты психологического портрета экстремиста и террориста.</p> <p>6. Психология характера экстремиста и террориста.</p> <p>7. Потребности индивида – основа приобщения к экстремизму и терроризму.</p> <p>8. Психология противодействия экстремизму и терроризму в российском обществе.</p>	
--	--	--

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	<p>Примерный перечень вопросов:</p> <p>1. «Левый» и «Правый» политический экстремизм и терроризм.</p> <p>2. Основные идеологические угрозы политического экстремизма и терроризма и их парирование.</p> <p>3. Фундаментальные причины, объекты и субъекты политического экстремизма и терроризма.</p> <p>4. Политические потребности – основной источник политического экстремизма и терроризма.</p> <p>5. Борьба за власть как основа политического экстремизма и терроризма.</p> <p>6. Фундаментальные направления политического экстремизма и терроризма.</p> <p>7. Политический экстремизм и терроризм в современной России.</p> <p>8. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии политического экстремизма и терроризма в образовательной организации.</p>	Дискуссия
Занятие 2	<p>Примерный перечень вопросов:</p> <p>1. Основные идеологические угрозы этнического экстремизма и терроризма и их парирование.</p> <p>2. Фундаментальные причины, объекты и субъекты этнического экстремизма и терроризма.</p> <p>3. Идентичность и этнический экстремизм и терроризм.</p> <p>4. Национализм как идеологическая основа этнического экстремизма и терроризма.</p> <p>5. Этнический экстремизм и терроризм в современной России.</p> <p>6. Неонацизм и радикальный национализм.</p> <p>7. Формы, методы, силы и средства проявления, профилактики и противодействия идеологии этнического</p>	Дискуссия

	<p>экстремизма и терроризма в образовательной организации.</p> <p>8. Кластеры взаимоотношений религии и терроризма.</p> <p>9. Понятие религиозного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий.</p> <p>10. Основные идеологические угрозы религиозного экстремизма и терроризма и их парирование.</p> <p>11. Тенденции, вынуждающие адепта вставать на путь религиозного экстремизма и терроризма.</p> <p>12. Фундаментальные причины, объекты и субъекты религиозного экстремизма и терроризма.</p> <p>13. Факторы политизации религиозного экстремизма и терроризма.</p> <p>14. Истоки вступления в религиозную террористическую организацию.</p> <p>15. Религиозный фундаментализм как основа религиозного экстремизма и терроризма.</p> <p>16. Психология религиозного фундаменталиста.</p> <p>17. Исламский фундаментализм – угроза международной и национальной безопасности России.</p> <p>18. Формы, методы, силы и средства противодействия идеологии религиозного экстремизма и терроризма в образовательной организации.</p>	
Занятие 3	<p>Примерный перечень вопросов:</p> <p>1. Молодежь России – объект и субъект радикализации.</p> <p>2. Деструктивное поведение молодежи – источник радикализации.</p> <p>3. Потенциально криминальные молодежные субкультуры.</p> <p>4. Понятие молодежного экстремизма и терроризма: сущность, содержание, цели и задачи, виды идеологий.</p> <p>5. Основные идеологические угрозы молодежного экстремизма и терроризма и их парирование.</p> <p>6. Фундаментальные причины, объекты и субъекты молодежного экстремизма и терроризма.</p> <p>7. Криминальная молодежная субкультура как основа молодежного экстремизма и терроризма. Особенности молодежного экстремизма и терроризма в современной России.</p> <p>8. Формы, методы, силы и средства профилактики и противодействия идеологии молодежного экстремизма и терроризма в образовательной организации.</p> <p>9. Интернет как идеологическая площадка для пропаганды, вербовки сторонников террористов, а также потенциальных исполнителей актов террора.</p>	Дискуссия

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю).
Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

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



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменени я
1.	Методические материалы актуализированы	Протокол заседания кафедры № 6 от «15» февраля 2024 года	01.09.2024
2.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	__ . __ . ____
3.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	__ . __ . ____
4.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	__ . __ . ____



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и
социальных технологий

/ С.В. Пивнева

«31» января 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ «ОБУЧЕНИЕ СЛУЖЕНИЕМ»**

**Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»**

**Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения
Очная, заочная**

Москва, 2024 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Общественный проект “Обучение служением”» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: преподавателя кафедры общественно-социальных институтов и социальной работы (выпускающая кафедра) Я.Б. Якубовича.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры общественно-социальных институтов и социальной работы (выпускающая кафедра)

Протокол № 6 от «31» января 2024 года

Заведующий кафедрой
общественно-социальных
институтов и социальной работы
(выпускающая кафедра)
д-р экон. наук, профессор



Е.Ш. Гонтмахер

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	7
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	11
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	17
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	17
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю).....	19
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	19
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	20

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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 социальное проектирование	
Тема 1.1. Социально-ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними	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 1.2. Социальный проект и особенности социально-ориентированного проектирования. Основные этапы социального проекта	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

	<p>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</p> <p>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.</p> <p>Планирование социального проекта: методы реализации, инструменты проектной деятельности и ожидаемые результаты:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>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. Ресурсообеспечение: 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.</p>
--	--

1.2. 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 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 степенью 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 посредством 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 ставится 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 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 (технология), 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 занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 2. Постановка проблемы и разработка проекта

Тема 2.1. Анализ ситуации и постановка проблемы

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие социально-демографической группы
2. Источники информации для анализа ситуации
3. Подходы к выявлению социально-значимых проблем
4. Формулирование проблемы, основные ошибки при формулировании проблемы.

Тема 2.2. Выработка гипотезы проектного решения и ее проверка

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие гипотезы проектного решения
2. Методы и инструменты проектных решений социально-значимых проблем

3. Формулирование гипотезы, основные ошибки при формулировании гипотезы проектного решения
4. Способы проверки гипотезы. Планирование эксперимента и его выполнение
5. Документирование результатов эксперимента по проверке гипотезы

Тема 2.3. Разработка и защита паспорта проекта.

Вопросы для самоподготовки:

1. Ключевые характеристики проекта, состав паспорта проекта
2. Основные стандарты и методы управления проектами: гибкие и классические стандарты
3. Классический ватерфолл управления проектами
4. Основные области знаний управления проектами
5. Методы планирования расписания проектов
6. Ресурсное обеспечение реализации проекта
7. Составление бюджета проекта
8. Проектные риски и управление ими
9. Медийное сопровождение проектной деятельности
10. Методы командообразования, рефлексивные практики

РАЗДЕЛ 3. Реализация общественного проекта

Тема 3.1 Прототипирование результата (продукта), разработка и реализация проектного решения

Вопросы для самоподготовки:

1. Возможные виды прототипов для проектных решений общественных и социальных проектов
2. Создание прототипа проектного решения
3. Управление командообразованием в проекте
4. Рефлексивные практики и методы

Тема 3.2. Тестирование, оценка и улучшение продукта

Вопросы для самоподготовки:

1. Способы и методы тестирования продукта
2. Методы оценки качества продукта и соответствия целям проекта
3. Документирование результатов проекта

РАЗДЕЛ 4. Подведение итогов и рефлексия деятельности, подготовка отчёта

Тема 4.1. Анализ и оценка выполнения целей проекта, достигнутых результатов, обратная связь

Вопросы для самоподготовки:

1. Инструменты и мероприятия по завершению проекта
2. Анализ целеполагания проекта и достижения запланированных результатов
3. Методы сбора обратной связи
4. Рефлексивные практики и методы

Тема 4.2. Подготовка отчёта по итогам реализации проекта.

1. Формы и структуры отчётности о реализации проекта
2. Методы презентации
3. Основы публичных выступлений

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Общественный проект “Обучение служением”» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных занятий и практических 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 программой 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 лекционному занятию 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 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 практическому занятию 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 на занятии.

Работа во время проведения практического занятия 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 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 насколько 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 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. Объем 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. Объем 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. Объем 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 демонстрируется 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 частности, 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. Общественный проект «Обучение служением».

2. Введение в социальное проектирование.

3. Цель занятия: сформировать у обучающихся представление теоретических основ деятельности социально-ориентированных организаций и специфики управления общественными и социальными проектами

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Приветствие.	В течение занятия используется форма лекции с применением обратной связи. Необходимым оборудованием является компьютер и проектор.
2	Формулирование темы занятия.	
3	Описание примера, связанного с актуальностью темы.	
4	Информационная часть (изложение основного теоретического материала).	
5	Постановка вопросов, направленных на поиск примеров по обсуждаемой теме.	
6	Этап рефлексии.	
7	Подведение итогов занятия	

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера решения социально-значимой проблемы, описание ситуации, демонстрация примера социального проекта, его участников.

1. Тема лекционного занятия «Социально-ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними»

Социально-ориентированные некоммерческие организации как социальный заказчик общественных проектов. 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.

Эвристическая беседа о целях и значении социально-значимых НКО.

2. Тема лекционного занятия «Социальный проект и особенности социально-ориентированного проектирования. Основные этапы социального проекта»

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. Ресурсообеспечение: 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.

Эвристическая беседа о социально-демографических группах населения, нуждающихся в поддержке, социально-значимых проблемах, социальном проекте как специфической деятельности, направленной на решение социально-значимых задач.

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических занятий по дисциплине
(модулю)**

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Практические задания изложены в Рабочей программе дисциплины «Общественный проект “Обучение служением”».

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « » 20 года	__.__.____
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»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета юриспруденции и
правового регулирования
_____/ Левшиц Д.Ю.
«30» января 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ПРАВОВЕДЕНИЕ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024 г.

Методические материалы дисциплины (модуля) «Правоведение» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы дисциплины (модуля) «Правоведение» разработаны к.ю.н., доцентом кафедры общей юриспруденции факультета юриспруденции и правового регулирования РГСУ Фастовой М.А.

Методические материалы дисциплины (модуля) обсуждены и утверждены на Ученом совете факультета юриспруденции и правового регулирования

Протокол № 6 от 30 января 2024 года

Декан факультета юриспруденции и
правового регулирования,
к.ю.н.

_____ Д.Ю. Левшиц
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	7
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	12
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	22
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	22
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю).....	153
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	153
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	161

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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. Теория государства и права	
Тема 1.1. Государство как политико-правовая форма существования общественных отношений.	<p>Теории происхождения государства. Возникновение государства.</p> <p>Понятие государства, его признаки, сущность. Функции государства: понятие, классификация.</p> <p>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.</p> <p>Понятие механизма государства. Принципы организации и деятельности механизма государства. Структура механизма государства на примере РФ.</p> <p>Правовое государство, его принципы.</p>
Тема 1.2. Право в системе нормативного регулирования.	<p>Сущность права, его признаки, функции, принципы. Типология права.</p> <p>Система права Российской Федерации. Система законодательства Российской Федерации.</p> <p>Международное право, как особая система права. Международное право в области прав человека, механизмы защиты прав человека.</p> <p>Нормы права в системе социальных норм. Понятие, виды и способы изложения норм права.</p> <p>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.</p> <p>Законность и правопорядок. Правонарушение и юридическая ответственность. Виды юридической ответственности.</p>
Раздел 2. Отраслевое законодательство РФ	
Тема 2.1. Основы конституционного права РФ.	<p>Понятие конституционного права, его предмет, метод, принципы, субъекты и источники. Особенности норм конституционного права. Характеристика Конституции РФ. Конституционно-правовой статус личности. Правовые основы гражданства РФ. Понятие и принципы российского гражданства; порядок его приобретения и прекращения.</p>
Тема 2.2. Основные положения административного права РФ.	<p>Понятие, предмет, источники, субъекты и принципы административного права РФ. Система административного</p>

	<p>права РФ. Особенности административно- правовых отношений. Государственная служба. Понятие административной ответственности и виды административных наказаний.</p>
<p>Тема 2.3. Основные положения уголовного права РФ. Уголовный кодекс РФ о терроризме, экстремизме, коррупционных преступлениях.</p>	<p>Понятие, источники, принципы уголовного права РФ. Система уголовного права. Понятие, признаки и категории преступлений, предусмотренных УК РФ. Состав преступления. Соучастие. Виды соучастников. Обстоятельства, исключающие преступность деяния. Уголовный кодекс РФ о взяточничестве и других коррупционных преступлениях.</p>
<p>Тема 2.4. Основные положения гражданского права РФ.</p>	<p>Понятие, предмет, метод и источники гражданского права РФ. Понятие и структура гражданского правоотношения. Гражданско – правовые сделки, их формы, виды и действительность. Право собственности: понятие и содержание. Приобретение и прекращение права собственности. Виды права собственности. Защита права собственности. Понятие, виды и субъекты обязательств. Исполнение обязательств. Защита прав потребителей. Понятие, предмет, источники, субъекты авторского права; основные понятия. Личные неимущественные авторские права. Объекты авторского права.</p>
<p>Тема 2.5. Основные положения семейного права РФ. Наследственное право РФ.</p>	<p>Понятие, предмет, источники семейного права РФ. Порядок заключения и прекращения брака. Личные неимущественные и имущественные права и обязанности супругов. Права и обязанности родителей и детей. Алиментные обязательства членов семьи. Понятие наследования. Открытие наследства. Виды наследования. Наследование по завещанию. Правила составления завещания. Закрытое завещание. Наследование по закону. Наследники первой, второй и т.д. очереди. Принятие и отказ от наследства. Недостойные наследники.</p>
<p>Тема 2.6. Основные положения трудового права РФ.</p>	<p>Понятие, предмет, метод, принципы, источники и функции трудового права РФ. Трудовые отношения. Трудовые договоры. Порядок заключения и расторжения. Правовое регулирование существенных условий труда. Дисциплина труда.</p>

1.2. 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 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 степенью 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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством

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 четко 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 ставится 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 (технологии), 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 темам дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теория государства и права

Тема 1.1.: Государство как политико-правовая форма существования общественных отношений.
Вопросы для самоподготовки:

- 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.

Тема 1.2.: Право в системе нормативного регулирования.

Вопросы для самоподготовки:

- 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.

Раздел 2. Отраслевое законодательство РФ

Тема 2.1.: Основы конституционного права РФ.

Вопросы для самоподготовки:

- 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.

Тема 2.2.: Основные положения административного права РФ.

Вопросы для самоподготовки:

- 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.

Тема 2.3.: Основные положения уголовного права РФ. Уголовный кодекс РФ о терроризме, экстремизме, коррупционных преступлениях.

Вопросы для самоподготовки:

- 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.

Тема 2.4.: Основные положения гражданского права РФ.

Вопросы для самоподготовки:

- 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.

Тема 2.5.: Основные положения семейного права РФ. Наследственное право РФ.

Вопросы для самоподготовки:

- 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.

Тема 2.6.: Основные положения трудового права РФ.

Вопросы для самоподготовки:

- 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. 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 лекционных и практических 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 программой 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 лекционному занятию 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 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 практическому занятию 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 практического занятия 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 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, насколько осознанно 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 x 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 сверху 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 заслушиванием 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 окончании 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 подрисовочными 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 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. Объем 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. Объем 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. Объем 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 демонстрируется 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 обобщенных 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. Правоведение
2. Тема лекционного занятия: «Государство как политико-правовая форма существования общественных отношений»
3. Цели занятия - сформировать общее представление о государстве
4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Теории происхождения государства. Возникновение государства. Понятие государства, его признаки, сущность. Функции государства: понятие, классификация. 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. Понятие механизма государства. Принципы организации и деятельности механизма государства. Структура механизма государства на примере РФ. Правовое государство, его принципы.	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)

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 обозначались 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 путь 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 общества 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 появление 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, индуское 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 поработанного 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 Блунчли, 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 приспособление к изменениям среды обитания. Петражицкий, 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 копыю, 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, обозначающих 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.

1. Правоведение
2. Тема лекционного занятия: «Право в системе нормативного регулирования»
3. Цели занятия - сформировать общее представление о праве как регуляторе общественных отношений
4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	<p>Сущность права, его признаки, функции, принципы. Типология права.</p> <p>Система права Российской Федерации. Система законодательства Российской Федерации.</p> <p>Международное право как особая система права. Международное право в области прав человека, механизмы защиты прав человека.</p> <p>Нормы права в системе социальных норм. Понятие, виды и способы изложения норм права.</p>	<p>Лекция-дискуссия</p>

	<p>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. Законность и правопорядок. Правонарушение и юридическая ответственность. Виды юридической ответственности.</p>	
--	--	--

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)

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 изменяется (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 правопониманию.

Нормативный (позитивный) подход к понятию права был разработан Г. Кельзеном, 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:

- Предаёт праву чёткость 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 определено, 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 нетождественными¹. 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 волей 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 государства³.
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 представительного-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 достаточное 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 антагонистическими классами.

2. Другая точка зрения на этот вопрос нашла отражение у В.С. Нерсисянца. По его мнению, сущность права – нормативная форма выражения свободы посредством принципа формального равенства людей в общественных отношениях⁵. 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 отражают 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 общества⁸.

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 всеобщности 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 осужденного⁹.

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 вину¹⁰.

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 ответственности¹¹.

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 неотчужденности прав человека, законности, справедливости, ответственности за вину¹².

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, демократизм¹³.

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 соотношении 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 отношениях¹⁶.

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 значении права в жизни общества, государства вообще, либо на определенном этапе их развития, она имеет более общее значение по отношению к «функциям». 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 функции¹⁹.

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 благо²⁰.

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 – значит 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 регулировании, 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, социального 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, объединённых одним признаком (например, пенсионерам).
- Норма права всегда обращена в будущее и рассчитана на многократное применение.
- Норма права имеет определённую 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 с правовыми обычаями 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

Судебный прецедент – 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 становиться 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 облакаются 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 европейских 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., самооценности 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.

1. Правоведение
2. Тема лекционного занятия: «Основы конституционного права РФ»
3. Цели занятия - сформировать общее представление о конституционном праве Российской Федерации
4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	<p>Понятие конституционного права, его предмет, метод, принципы, субъекты и источники.</p> <p>Особенности норм конституционного права.</p> <p>Характеристика Конституции РФ.</p> <p>Конституционно-правовой статус личности.</p>	Лекция-дискуссия

	<p>Правовое основы гражданства РФ. Понятие и принципы российского гражданства; порядок его приобретения и прекращения.</p>	
--	--	--

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)

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 конституционного 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 складывается 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 писанный, так и неписанный характер, они состоят из нормативных правовых актов, общих принципов права, естественного права, обычаев, судебных прецедентов и определенных международно-правовых актов. Образующая 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 защиты 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 ее 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 обладают 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, являясь 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. 1 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. 1 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 исторического 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.

1. Правоведение

2. Тема лекционного занятия: «Основные положения административного права РФ»

3. Цели занятия - сформировать общее представление об административном праве Российской Федерации

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Понятие, предмет, источники, субъекты и принципы административного права РФ. Система административного права РФ. Особенности административно- правовых отношений. Государственная служба. Понятие административной ответственности и виды административных наказаний.	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)

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 принадлежащие 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 этого 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 правонарушения. Вина бывает в двух формах: в форме умысла и в форме неосторожности. Вина 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.

Относимость 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 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.

1. Правоведение

2. Тема лекционного занятия: «Основные положения уголовного права РФ. Уголовный кодекс РФ о терроризме, экстремизме, коррупционных преступлениях»

3. Цели занятия - сформировать общее представление об уголовном праве Российской Федерации

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	<p>Понятие, источники, принципы уголовного права РФ.</p> <p>Система уголовного права.</p> <p>Понятие, признаки и категории преступлений, предусмотренных УК РФ.</p> <p>Состав преступления. Соучастие. Виды соучастников.</p>	<p>Лекция-дискуссия</p>

	<p>Обстоятельства, исключающие преступность деяния. Уголовный кодекс РФ о взяточничестве и других коррупционных преступлениях.</p>	
--	--	--

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)

Одна из 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, определяющих 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 своей 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

неосторожность

Прямой- косвенный

легкомыслие - небрежность

Преступление признается совершенным **с прямым умыслом**, 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 неотбытой 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.

Экссесс исполнителя преступления.

Экссессом исполнителя признается совершение исполнителем преступления, не охватывающегося умыслом других соучастников. За экссесс исполнителя другие соучастники преступления уголовной ответственности не подлежат.

1. Правоведение
2. Тема лекционного занятия: «Основные положения гражданского права РФ»
3. Цели занятия - сформировать общее представление о гражданском праве Российской Федерации
4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	<p>Понятие, предмет, метод и источники гражданского права РФ.</p> <p>Понятие и структура гражданского правоотношения.</p> <p>Гражданско – правовые сделки, их формы, виды и действительность.</p> <p>Право собственности: понятие и содержание. Приобретение и прекращение права собственности. Виды права собственности. Защита права собственности.</p> <p>Понятие, виды и субъекты обязательств. Исполнение обязательств.</p> <p>Защита прав потребителей.</p> <p>Понятие, предмет, источники, субъекты авторского права; основные понятия. Личные неимущественные авторские права. Объекты авторского права.</p>	<p>Лекция-дискуссия</p>

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)

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 оснований. 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 наследования 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 (минуя 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 правоотношения. 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 нее 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 возратить 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 правосубъектностью. 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 на протяжении всей его жизни. Например, человек может отказаться от права составить завещание, но 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) на занятия некоторыми видами деятельности. Иностранцы 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 (делкоспособность) и возможность нести самостоятельную 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. е. 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 ее 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 попечителей. 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. Ответственность 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 обратиться за взысканием 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 одному 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 общества. 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 составляет номинальную стоимость 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 акций, 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*'.

1. 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 предпринимательскую 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, либо 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 предприятий 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 налоговую 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 номер. 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 создается 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: реперофирование 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 6 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 привлекать 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 передается 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 одной стороны. Например, составление завещания или принятие наследства. Подавляющее большинство сделок являются двух- и более сторонними.

2. Возмездные и безвозмездные. Возмездной считается сделка, по которой одна из сторон должна получить плату или иное встречное предоставление. 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 соглашения между продавцом, предлагающим купить вещь, и покупателем, изъявившим желание приобрести ее. 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 предприятия прибыль, размер которой в несколько раз превышает затраты на арендную плату. Однако эта цель не имеет юридического значения для договора аренды предприятия: он будет продолжаться 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 разрешает¹ 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 граждане или юридические лица, зарегистрированные в установленном законом 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 ее 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. е. 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, а 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.

1. Правоведение
2. Тема лекционного занятия: «Основные положения семейного права РФ. Наследственное право РФ»
3. Цели занятия - сформировать общее представление о семейном, наследственном праве РФ.
4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Понятие, предмет, источники семейного права РФ. Порядок заключения и прекращения брака. Личные неимущественные и имущественные права и обязанности супругов. Права и обязанности родителей и детей. Алиментные обязательства членов семьи. Понятие наследования. Открытие наследства. Виды наследования. Наследование по завещанию. Правила составления	Лекция-дискуссия

завещания. Закрытое завещание. Наследование по закону. Наследники первой, второй и т.д. очереди. Принятие и отказ от наследства. Недостойные наследники.	
--	--

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)

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 общеправового 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 специальными 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. е. 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 гражданское 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 ЗАГС 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 **5 лет**, 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 ЗАГС 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 брака**. 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 ЗАГС 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 примирение 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 закрепляет 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 супругов 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 договора 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:

- 1) 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, обустроить 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 все 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 опеки 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, лишено 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, находящиеся 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, обязанного** уплачивать алименты, или лица, **получающего 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:

усыновление (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 учитываться 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 развитие.**

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

попечными 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 лицам.

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 после 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 завещании, 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 сделать 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, приравняемые 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 опiski 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.**

1. Правоведение
2. Тема лекционного занятия: «Основные положения трудового права РФ»
3. Цели занятия - сформировать общее представление о трудовом праве РФ.
4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Понятие, предмет, метод, принципы, источники и функции трудового права РФ. Трудовые отношения.	Лекция-дискуссия

	Трудовые договоры. Порядок заключения и расторжения. Правовое регулирование существенных условий труда. Дисциплина труда.	
--	---	--

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)

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 участникам 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-дическое 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, определяются 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 предприятиях 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. надлежит 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;
немедленно 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 закреплён 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;

б) 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 продолжают 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 (работодателя 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 обуславливается 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 утверждением 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 минимум 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, железнодорожный 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.

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:

- 6) Теории происхождения государства. Возникновение государства.
- 7) Понятие государства, его признаки, сущность. Функции государства: понятие, классификация.
- 8) 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.
- 9) Понятие механизма государства. Принципы организации и деятельности механизма государства. Структура механизма государства на примере РФ.

10) 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:

- 7) Сущность права, его признаки, функции, принципы. Типология права.
- 8) Система права Российской Федерации. Система законодательства Российской Федерации.
- 9) Международное право, как особая система права. Международное право в области прав человека, механизмы защиты прав человека.
- 10) Нормы права в системе социальных норм. Понятие, виды и способы изложения норм права.
- 11) 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.
- 12) 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 порядок.
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) Правовые 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 и 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:

- 5) Понятие, предмет, источники, субъекты и принципы административного права РФ. Система административного права РФ.
- 6) Особенности административно-правовых отношений.
- 7) Государственная служба.
- 8) 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:

- 6) Понятие, источники, принципы уголовного права РФ. Система уголовного права.
- 7) Понятие, признаки и категории преступлений, предусмотренных УК РФ.
- 8) Состав преступления. Соучастие. Виды соучастников.
- 9) Обстоятельства, исключающие преступность деяния.
- 10) 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:

- 8) Понятие, предмет, метод и источники гражданского права РФ.
- 9) Понятие и структура гражданского правоотношения.
- 10) Гражданско – правовые сделки, их формы, виды и действительность.
- 11) Право собственности: понятие и содержание. Приобретение и прекращение права собственности. Виды права собственности. Защита права собственности.
- 12) Понятие, виды и субъекты обязательств. Исполнение обязательств.
- 13) Защита прав потребителей.
- 14) 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 не просто 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 потребителя. 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 не просто 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 проданные 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, внося 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 предъявить 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 недовольственного 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 возмещения 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:

- 6) Понятие, предмет, метод, принципы, источники и функции трудового права РФ.
- 7) Трудовые отношения.
- 8) Трудовые договоры. Порядок заключения и расторжения.
- 9) Правовое регулирование существенных условий труда.
- 10) 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.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
	Методические материалы актуализированы	Протокол заседания кафедры № 6 от «30» января 2024 года	01.09.2024



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой комплекса естественно-
научных дисциплин

/Денисова Д.А./

«27» февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ

*Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»*

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Основы современного естествознания» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе:

Денисова Диана Аркадьевна, заведующий кафедрой, канд. техн. наук, доцент
Янцер Лилия Владимировна, доцент, доцент

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны на заседании кафедры комплекса естественно-научных дисциплин.

Протокол № 9 от «27» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
канд. техн. наук, доцент



Д.А. Денисова

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ4

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)4

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)8

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ13

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)23

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)23

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю)32

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)32

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)41

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)41

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ43

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутри-предметной 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. ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНАЯ КАРТИНА МИРА И МЕГАМИРЫ	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Тема 1.1. Природа и естествознание	<p>Введение в естествознание: Материя и ее виды – вещество, поле и вакуум. Структурные уровни организации материи. Микро-, макро- и мегамиры. Движение материи. Пространство и время. Определения понятий «концепция» и «естествознание».</p> <p>История естествознания: Естествознание в Древнем мире: Шумерская цивилизация, Вавилон, Египет, Греция, Рим, Китай, Индия; в Средние века – Арабский Восток, Европа; в Новое время – эпоха Возрождения. Научная революция XVII – XVIII веков. Естествознание в России. Естествознание в XIX веке. Научно-техническая революция XX века.</p> <p>Система естественных наук: Наука. Научный метод. Факты. Гипотезы. Эксперименты. Модели. Теории. Принципы законы и категории. «Бритва Оккама». Корпускулярная и континуальная концепция описания природы. Динамические и статистические закономерности в природе. Развитие науки. Научные революции. Система естественных наук.</p>
Тема 1.2. Современная естественно-научная картина мира	<p>Основные концепции физической картины мира:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Механика. Пространство, время. Принципы относительности. Законы сохранения энергии, импульса и момента импульса. Законы Ньютона. Гравитационное взаимодействие. 2. Электромагнетизм. Закон сохранения электрического заряда. Электрические и магнитные поля. Сила Лоренца. Уравнения Максвелла. Электромагнитное взаимодействие. 3. Колебания и волны. Свободные, затухающие колебания, резонанс. Волны упругие. Шкала электромагнитных волн. Оптика. 4. Атомная физика. Квантовая механика. Состояние. Принцип неопределенности, волновая функция, принцип суперпозиции, принцип дополнительности. Уравнения Шредингера. Многоэлектронный атом. 5. Ядерная физика. Состав и характеристики ядра. Виды радиоактивности, ядерные реакции деления и синтеза. Цепные ядерные реакции. 6. Физика элементарных частиц. Классификация элементарных частиц. Кварки и лептоны. Взаимодействие. Близкодействие. Кванты сильного, электромагнитного, слабого и гравитационного полей. 7. Термодинамика и статистическая физика. Законы термодинамики. Закон сохранения энергии в макроскопических процессах. Принцип возрастания энтропии. Статистические распределения Максвелла и Больцмана. Газы, жидкости и твердые тела. Принципы симметрии. <p>Основные концепции химии: Система химических наук. Химические связи, системы и процессы. Реакционная способность веществ. Энергетика химических реакций</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Тема 1.3. Мегамиры и планетарный уровень организации материи	<p>Вселенная: Космология – наука о Вселенной в целом. Принцип Коперника и космологический принцип. Характеристики Вселенной. Возникновение Вселенной и её эволюция.</p> <p>Галактика: Характеристика Галактики как звездного скопления и её эволюция. Классификация звезд. Солнце, его характеристики и эволюция.</p> <p>Солнечная система: Планеты, астероиды, кометы и их характеристики. Земля, её характеристики, строение и эволюция. Солнечно-земные связи.</p> <p>Геосферные оболочки Земли: Литосфера как абиотическая основа жизни. Экологические функции литосферы: ресурсная, геодинамическая, геофизико-геохимическая. Гидросфера. Атмосфера. Магнитосфера. Климат Земли и его эволюция. Географическая оболочка Земли.</p> <p>Основные концепции геологии: Система геологических наук. Глобальная тектоника. Геохронологическая шкала. Тенденции развития естественных наук и естествознания в целом. Дифференциация. Интеграция. Взаимопроникновение идей и методов различных наук</p>
РАЗДЕЛ 2. УРОВНИ ОРГАНИЗАЦИИ МАТЕРИИ. МОДЕЛИРОВАНИЕ СЛОЖНЫХ СИСТЕМ	
Тема 2.1. Биологический уровень организации материи	<p>Основные концепции биологии: Система биологических наук. Генетика. Генная инженерия. Геном человека</p> <p>Биосфера Земли: Возникновение жизни. Структура биосферы. Принцип эволюции, воспроизводства и развития живых систем. Особенности биологического уровня организации материи. Генетика и эволюция. Единый генетический код живого вещества. Многообразие живых организмов (биоразнообразие) – основа организации и устойчивости биосферы. Учение Вернадского о биосфере.</p> <p>Человечество: Человечество. Расы. Народы. Антропология. Этносы. Этногенез и биосфера. Учение Л. Гумилева: кривая этногенеза, пассионарность, фазы этногенеза.</p> <p>Человек: Человек: физиология, здоровье, работоспособность, творчество. Интеллект, эмоции, воля. Человек как целеустремленная система</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Тема 2.2. Высшие уровни организации материи	<p>Ноосфера – сфера разума и техносфера: Цивилизация. Информационное общество. Биоэтика. Человек, биосфера и космические циклы. Техносфера и её эволюция. Определение технологии. Вещественные, энергетические и информационные технологии. Технологическое общество. Проблема искусственного разума и его носителей.</p> <p>Самоорганизация: Самоорганизация в неживой и живой природе. Примеры. Синергетика. Энтропия и информация. Открытые и диссипативные системы. Порядок и беспорядок в природе. Детерминированный и квантовый хаос. Шумы. Фракталы. Элементы теории игр и теории катастроф.</p> <p>Естественная и гуманитарная культура: Определение культуры. Две культуры: позиция Ч. Сноу и Е. Фейнберга. Наука, искусство, игра – способы познания мира. Принцип универсального эволюционизма. Картина мира. Путь к единой культуре.</p>
Тема 2.3. Моделирование в сложных системах	<p>Метод математического моделирования: Математическое моделирование. Физическое моделирование. Элементы теории размерностей и теории подобия. Моделирование в химической технологии. Математическое моделирование в биологии и биофизике. Моделирование в социальных системах. Моделирование в экономических системах.</p> <p>Эволюционная экономика: Основные положения классической экономики. Синергетическая экономика. Эволюционная экономика.</p>

1.2. 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:

- 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.
- 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 ставится 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.
- 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.
- 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)

Тема 1.1. Природа и естествознание

Вопросы для самоподготовки:

1. Существуют ли самоорганизованные полевые (например, световые) формы материи (монады Лейбница)?
2. Сравнить теорию дальнего действия и теорию ближнего действия.
3. Сравнить основные положения классического и неклассического естествознания.
4. Когда и как закончится научно-техническая революция?
5. Проанализировать развитие естествознания с энергетической точки зрения.
6. Проанализировать развитие естествознания с информационной точки зрения.
7. Свет – это волна или поток частиц?
8. Перечислить основные естественно-научные идеи, действующие во всем естествознании, и проверить их на непротиворечивость и полноту.
9. Почему при зеркальном отражении человека в зеркале левая и правая сторона меняются местами, а верх и низ нет?
10. Опишите структуру материи.
11. Какова общая классификация наук по объектам изучения?
12. Перечислить научные методы и кратко поясните каждый. Существует ли универсальный метод?
13. Охарактеризовать понятие измерения величин.
14. Перечислить основные единицы международной системы единиц (СИ).
15. В чем состоит цель современной научной программы?
16. Дать характеристику основных элементов теории симметрии.

Тема 1.2. Современная естественно-научная картина мира

Вопросы для самоподготовки:

1. Сформулировать законы Ньютона.
2. Пояснить основные идеи теории тяготения Эйнштейна.
3. Пояснить основные положения электромагнетизма (уравнения Максвелла).
4. Нарисовать в логарифмическом масштабе шкалу электромагнитных волн.
5. Записать уравнения Шредингера для волновой функции.
6. Какие элементарные частицы входят в состав ядра атома?
7. Записать термоядерную реакцию для изотопов водорода.
8. Сформулировать три закона термодинамики.
9. Почему невозможна тепловая смерть Вселенной?
10. Назвать пять наиболее важных открытий в физике.
11. Предложить способ консервации электромагнитной энергии.
12. Сравнить кинетическую энергию вращения Земли и её электростатическую энергию как энергию заряженного тела.
13. Возможно ли путем химических реакций получать искусственные алмазы и золото?
14. Существует ли предел сложности при образовании химических молекул?
15. Что ограничивает образование новых химических элементов в таблице Д. И. Менделеева?
16. Что называют измерением?
17. Как называется наука об измерениях?
18. В чем заключаются различия между прямыми и косвенными измерениями?
19. Что понимают под измерительным прибором?
20. Что называют погрешностью измерения?

21. Как вычисляют абсолютную и относительную погрешность измерений?
22. Что понимают под интерполированием и экстраполяцией?

Тема 1.3. Мегамиры и планетарный уровень организации материи

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы основные стадии образования Вселенной?
2. Рассмотреть процесс образования и эволюции звезд различной массы.
3. Описать возникновение Солнечной системы.
4. Каковы стадии образования Земли?
5. Рассмотреть движение материков в суперконтинентальном цикле.
6. Наша Вселенная единственная?
7. Что произойдет, если красное смещение спектральных линий далеких галактик превратится в синее смещение?
8. Каково современное состояние проблемы поиска внеземных цивилизаций? (проблема СЕТИ).
9. Сколько звезд класса Солнца находится в Галактике?
10. Где в Галактике находится ближайшая звезда такого же возраста, как Солнце?
11. Определите гравитационный радиус для Солнца.
12. Можно ли использовать реактивное движение для путешествия к центру Земли?
13. Оцените последствия падения на Землю астероида размером 10 км.
14. Найдите и постройте кривую чисел Вольфа с 2000 по 2007 годы и далее экстраполируйте ее до 2020 года, отметьте годы активного Солнца, дайте прогноз по Чижевскому.
15. На каком этапе суперконтинентального цикла мы находимся в настоящее время?
16. Возможно ли освоение гидросферы – морей и океанов – для жизни там человека?
17. Какие литосферные плиты наиболее пригодны для строительства глубоких подземных поселений, обогреваемых теплом Земли при уменьшении солнечного излучения до 1 % от настоящего.
18. Вычислите, сколько времени может продолжаться антропогенный период, исходя из средней продолжительности предыдущих периодов.
19. Нефть образовалась из неорганических веществ путем эволюции или из органических веществ путем их разложения?
20. В каких геологических породах и каким образом образовались алмазы?

Тема 2.1. Биологический уровень организации материи

Вопросы для самоподготовки:

1. Перечислить основные физиологические системы человека.
2. Рассмотреть основные положения учения Вернадского о биосфере.
3. Охарактеризовать основные этапы биологической эволюции.
4. Может ли употребление генно-модифицированных продуктов изменить генотип человека?
5. Возможно ли создать универсальную полностью синтетическую пищу, способную заменить естественную еду?
6. Возможно ли создать методами генной инженерии новые организмы, не встречающиеся в природе? Оцените риски их появления для биосферы.
7. Что означало бы обнаружение организма с другим генетическим кодом?
8. Возможно ли создание нового вида человека путем изменения его генетической программы?
9. Какой вид, по вашему мнению, может стать ведущим в биосфере при исчезновении *Homo sapiens*?

10. В какой фазе, в каком фазовом переходе находится современный российский суперэтнос?

11. Оцените наибольшую угрозу российскому суперэтносу со стороны соседних суперэтносов.

12. Геополитические шансы какого суперэтноса стать ведущим этносом на Земле в XXI веке наибольшие?

13. Кому выгодно, чтобы вы приобрели вредные привычки и зависимость от некоторых веществ? Иными словами, кто делает бизнес на Вашем здоровье? Какова главная причина смертности в России и в США?

14. Какие системы человека, по вашему мнению, следовало бы исключить, улучшить или создать вновь? Рассмотрите проблему личного бессмертия.

15. Приведите примеры людей, обладающих ярко выраженными интеллектом, эмоциями, или волей.

Тема 2.2. Высшие уровни организации материи

Вопросы для самоподготовки:

1. Привести примеры фракталов и указать их дробную размерность.
2. Дать определение понятия технология и раскрыть его содержание.
3. Перечислить принципы сохранения среды жизни.
4. Охарактеризовать термины из теории катастроф: складка, сборка, бифуркация.
5. Описать теорию самоорганизованной критичности.
6. Рассмотреть концепцию «золотого миллиарда» с позиций биоэтики.
7. Оценить последствия изменения течения Гольфстрим – вдоль Африки – для Европы и Урала.
8. Предложить экологическую технологию утилизации бытовых отходов миллионного города.
9. Оценить вероятность появления глобальной информационной технологии контроля над личностью типа «Матрицы».
10. Предложить способ обнаружения и измерения количества неизвестной информации в смеси шума и полезного сигнала.
11. Дать характеристику свойств открытых систем.
12. Описать основные характеристики цветных шумов.
13. Приведет ли коэволюция (совместная эволюция) техносферы и биосферы к спонтанному возникновению разумных существ не углеродной формы? Оценить риски их совместного существования.
14. Изложить основные элементы вашей картины мира и вашего места в ней.
15. Сравнить роль интуиции в науке и искусстве.

Тема 2.3. Моделирование в сложных системах

Вопросы для самоподготовки:

1. Перечислить основные этапы процесса математического моделирования.
2. Сформулировать три теоремы подобия.
3. Рассмотреть различия между стохастическими, статистическими и детерминистическими моделями.
4. Рассмотреть выводы из модели С. П. Капицы роста населения Земли.
5. Перечислить основные этапы развития аналитической экономики.
6. Охарактеризовать основные положения направления синергетической экономики. 12
7. Охарактеризовать основные положения направления эволюционной экономики.
8. Рассмотреть выводы из динамической модели макроэкономики России.
9. Существуют ли ограничения для моделирования систем любой степени сложности?

10. Привести пример самообучающейся экспертной системы (искусственного интеллекта).

11. Возможны ли системы, моделирующие эмоции человека?

2. 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 лекционных и практических 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 лекционному занятию 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 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 практическому занятию 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 практического занятия 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 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,¹⁴ 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 запомнились. 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 насколько осознанно 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,¹⁵ 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 x 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,¹⁶ 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 окончании 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 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. Объем 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. Объем 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. Объем 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.

19

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 демонстрируется 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 обобщенных 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

20

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 дисциплины (модуля) завершается зачетом. Подготовка к промежуточной²¹ аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и

упорядочивает свои знания. На зачете 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). «Основы современного естествознания»
2. Раздел 1/ Тема 1.1. Природа и естествознание
Тема лекционного занятия: Природа и естествознание.
3. Цели занятия: раскрыть основные положения основ современного естествознания.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Материя и ее виды. Структурные виды организации материи.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	История естествознания. Естествознание в Древнем мире. В Средние века. Новое время. Научная революция XVII-XVIII веков. Естествознание в России. Научно-техническая революция XX-XXI веков.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Система естественных наук. Корпускулярная и континуальная концепции описания природы. Динамические и статистические закономерности в природе. Развитие науки. Научные революции.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

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)

Введение в естествознание

Материя и ее виды – вещество, поле и вакуум.

Структурные уровни организации материи.

Микро-, макро- и мегамиры. Движение материи.

Пространство и время. Определения понятий «концепция» и «естествознание».

История естествознания: Естествознание в Древнем мире: Шумерская цивилизация,

Вавилон, Египет, Греция, Рим, Китай, Индия.

В Средние века – Арабский Восток, Европа.

В Новое время – эпоха Возрождения.

Научная революция XVII – XVIII веков.

Естествознание в России.

Естествознание в XIX веке. Научно-техническая революция XX века.

Система естественных наук: Наука. Научный метод. Факты. Гипотезы.²³
Эксперименты. Модели. Теории.

Принципы законы и категории. «Бритва Оккама».

Корпускулярная и континуальная концепция описания природы.

Динамические и статистические закономерности в природе.
Развитие науки. Научные революции.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Существуют ли самоорганизованные полевые (например, световые) формы материи (монады Лейбница)?

2. Сравните теорию дальнего действия и теорию ближнего действия.

3. Сравните основные положения классического и неклассического естествознания.

4. Когда и как закончится научно-техническая революция?

5. Проанализируйте развитие естествознания с энергетической точки зрения.

6. Проанализируйте развитие естествознания с информационной точки зрения.

7. Перечислите основные естественно-научные идеи, действующие во всем естествознании, и проверьте их на непротиворечивость и полноту.

8. Опишите структуру материи

1. Дисциплина (модуль). «Основы современного естествознания»

2. Раздел 1/Тема 1.2. Современная естественно-научная картина мира

Тема лекционного занятия. Система естественных наук

3. Цели занятия: раскрыть основные положения современной естественно-научной картины мира.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные концепции физической картины мира: Механика. Термодинамика и статистическая физика.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	Электромагнетизм	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Колебания и волны. Оптика.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

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)

Основные концепции физической картины мира:

Механика. Пространство, время. Принципы относительности. Законы сохранения энергии, импульса и момента импульса. Законы Ньютона. Гравитационное взаимодействие.

Термодинамика и статистическая физика. Законы термодинамики.

Закон сохранения энергии в макроскопических процессах.

Принцип возрастания энтропии.

Статистические распределения Максвелла и Больцмана.

Газы, жидкости и твердые тела.

Принципы симметрии.

Электромагнетизм. Закон сохранения электрического заряда

Электрические и магнитные поля. Сила Лоренца.

Уравнения Максвелла.

Электромагнитное взаимодействие.

Колебания и волны. Свободные, затухающие колебания, резонанс.

Волны упругие.

Шкала электромагнитных волн.

Оптика.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Сформулируйте законы Ньютона.

2. Поясните основные идеи теории тяготения Эйнштейна.

3. Поясните основные положения электромагнетизма (уравнения Максвелла).

4. Запишите уравнения Шредингера для волновой функции.

5. Какие элементарные частицы входят в состав ядра атома?

1. Дисциплина (модуль). «Основы современного естествознания»

2. Раздел 1/Тема 1.2. Современная естественно-научная картина мира

Тема лекционного занятия: Основные концепции физической картины мира.

Основные концепции химии

3. Цели занятия: раскрыть основные положения современной естественно-научной картины мира.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные концепции физической картины мира: Атомная физика. Квантовая механика	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	Ядерная физика. Физика элементарных частиц	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Основные концепции химии	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

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)

Атомная физика.

Квантовая механика. Состояние.

Принцип неопределенности, волновая функция, принцип суперпозиции, принцип дополнителности. Уравнения Шредингера.

Многоэлектронный атом.

Ядерная физика. Состав и характеристики ядра.

Виды радиоактивности, ядерные реакции деления и синтеза.

Цепные ядерные реакции.

Физика элементарных частиц. Классификация элементарных частиц.

Кварки и лептоны.

Взаимодействие. Близкодействие.

Кванты сильного, электромагнитного, слабого и гравитационного полей.

Основные концепции химии: Система химических наук.

Химические связи, системы и процессы.

Реакционная способность веществ.

Энергетика химических реакций.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Уравнения Шредингера для волновой функции.
2. Какие элементарные частицы входят в состав ядра атома?
3. Термоядерная реакция для изотопов водорода.
4. Существует ли предел сложности при образовании химических молекул?
5. Что ограничивает образование новых химических элементов в таблице Д. И. Менделеева?

1. Дисциплина (модуль). «Основы современного естествознания»
2. Раздел 1/Тема 1.3. Мегамиры и планетарный уровень организации материи

Тема лекционного занятия: Вселенная

3. Цели занятия: раскрыть основные положения о единстве мегамира и иерархии объектов Вселенной.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Вселенная Характеристики Вселенной. Возникновение Вселенной и ее эволюция.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	Характеристика Галактики. Классификация звезд. Солнце, его характеристики и эволюция.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Солнечная система: Планеты, астероиды, кометы и их характеристики Земля, её характеристики, строение и эволюция.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
4	Геосферные оболочки Земли: Литосфера как биотическая основа жизни. Гидросфера. Атмосфера. Магнитосфера. Климат Земли и его эволюция. Географическая оболочка Земли.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
5	Основные концепции геологии: Система геологических наук	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

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)

Вселенная: Космология – наука о Вселенной в целом.

Принцип Коперника и космологический принцип.

Характеристики Вселенной. Возникновение Вселенной и ее эволюция.

Галактика: Характеристика Галактики как звездного скопления и её эволюция.

Классификация звезд. Солнце, его характеристики и эволюция.

Солнечная система: Планеты, астероиды, кометы и их характеристики. Земля, её характеристики, строение и эволюция.

Солнечно-земные связи.

Геосферные оболочки Земли: Литосфера как биотическая основа жизни.

Экологические функции литосферы: ресурсная, геодинамическая, геофизико-геохимическая.

Гидросфера.
 Атмосфера.
 Магнитосфера.
 Климат Земли и его эволюция. Географическая оболочка Земли.
 Основные концепции геологии: Система геологических наук.
 Глобальная тектоника. Геохронологическая шкала.
 Тенденции развития естественных наук и естествознания в целом.
 Дифференциация. Интеграция.
Взаимопроникновение идей и методов различных наук.
 Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:
1. Каковы основные стадии образования Вселенной?
2. Рассмотрите процесс образования и эволюции звезд различной массы.
3. Опишите возникновение Солнечной системы.
4. Возможно ли освоение гидросферы – морей и океанов – для жизни там человека?

1. Дисциплина (модуль). «Основы современного естествознания»
 2. Раздел 2/Тема 2.1. Биологический уровень организации материи
- Тема лекционного занятия: Основные концепции биологии**
3. Цели занятия: сформировать представление об основных положениях живой материи.
 4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные концепции биологии: Система биологических наук.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	Генетика. Генная инженерия. Геном человека.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Биосфера Земли: Возникновение жизни. Структура биосферы. Принцип эволюции, воспроизводства и развития живых систем.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

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)

Основные концепции биологии: Система биологических наук.

Генетика. Генная инженерия.

Геном человека.

Биосфера Земли: Возникновение жизни. Структура биосферы.

Принцип эволюции, воспроизводства и развития живых систем.

Особенности биологического уровня организации материи.

Генетика и эволюция

Единый генетический код живого вещества.

Многообразие живых организмов (биоразнообразие) – основа организации и устойчивости биосферы.

Учение Вернадского о биосфере.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные физиологические системы человека.

2. Рассмотрите основные положения учения Вернадского о биосфере.

3. Охарактеризуйте основные этапы биологической эволюции.

4. Структура биосферы.
5. Биологическая эволюция.

1. Дисциплина (модуль). «Основы современного естествознания»
2. Раздел 2/Тема 2.1. Биологический уровень организации материи
Тема лекционного занятия: Основные концепции биологии
3. Цели занятия: сформировать представление об основных положениях живой материи.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Человечество. Расы. Народы. Антропология. Этносы	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	Этногенез и биосфера. Учение Л. Гумилева:	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Человек: физиология, здоровье, работоспособность, творчество.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

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)

Человечество: Человечество. Расы. Народы. Антропология.

Этносы. Этногенез и биосфера.

Учение Л. Гумилева: кривая этногенеза, пассионарность, фазы этногенеза.

Человек: физиология, здоровье, работоспособность, творчество.

Интеллект, эмоции, воля.

Человек как целеустремленная система

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные физиологические системы человека.

2. Охарактеризуйте основные этапы биологической эволюции.

3. Какой вид, по вашему мнению, может стать ведущим в биосфере при исчезновении

Homo sapiens?

1. Дисциплина (модуль). «Основы современного естествознания»

2. Раздел 2/Тема 2.2. Высшие уровни организации материи

Тема лекционного занятия: Ноосфера.

3. Цели занятия: сформировать представление об уровнях организации жизни как о конкретном выражении упорядоченности, дискретности, целостности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
-------	---------------------	----------------------------

1	Ноосфера – сфера разума и техносфера.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	Цивилизация. Информационное общество. Биоэтика. Человек, биосфера и космические циклы	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Техносфера и её эволюция. Определение технологии.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

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)

Ноосфера – сфера разума и техносфера:

Цивилизация. Информационное общество.

Биоэтика. Человек, биосфера и космические циклы.

Техносфера и её эволюция. Определение технологии.

Вещественные, энергетические и информационные технологии.

Технологическое общество.

Проблема искусственного разума и его носителей.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

- 1.Приведите примеры фракталов и укажите их дробную размерность.
- 2.Дайте определение понятия технология и раскройте его содержание.
- 3.Перечислите принципы сохранения среды жизни.
- 4.Охарактеризуйте термины из теории катастроф: складка, сборка, бифуркация.

1. Дисциплина (модуль). «Основы современного естествознания»

2. Раздел 2/Тема 2.2. Высшие уровни организации материи

Тема лекционного занятия: Естественная и гуманитарная культура

3.Цели занятия: сформировать представление об уровнях организации жизни как о конкретном выражении упорядоченности, дискретности, целостности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Культура. Наука, искусство, игра.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	Принцип универсального эволюционизма.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Картина мира.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

5.Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение. Формулирование темы занятия. Использование вводного примера,²⁹ описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Естественная и гуманитарная культура: Определение культуры.

Две культуры: позиция Ч. Сноу и Е. Фейнберга.
 Наука, искусство, игра – способы познания мира.
 Принцип универсального эволюционизма.
 Картина мира.

Путь к единой культуре.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Изложите основные элементы вашей картины мира и вашего места в ней.
2. Сравните роль интуиции в науке и искусстве.
3. Признаки виртуальной реальности.
4. В чем заключается принцип универсального эволюционизма?

1. Дисциплина (модуль). «Основы современного естествознания»

2. Раздел 2/Тема 2.3. Моделирование в сложных системах

Тема лекционного занятия: Моделирование в сложных системах

3. Цели занятия: сформировать представление об основных целях и задачах моделирования систем.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Метод математического моделирования: Математическое моделирование. Физическое моделирование.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
2	Моделирование в химической технологии.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
3	Математическое моделирование в биологии и биофизике.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
4	Моделирование в социальных и экономических системах.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.
5	Эволюционная экономика. Синергетическая экономика	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

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)

Метод математического моделирования: Математическое моделирование.

Физическое моделирование.

Элементы теории размерностей и теории подобия.

Моделирование в химической технологии.

Математическое моделирование в биологии и биофизике.

Моделирование в социальных системах. Моделирование в экономических системах.

Эволюционная экономика: Основные положения классической экономики.

Синергетическая экономика.

Эволюционная экономика.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные этапы процесса математического моделирования.
2. Сформулируйте теоремы подобия.

3. Рассмотрите различия между стохастическими, статистическими и детерминистическими моделями.

4. Перечислите основные этапы развития аналитической экономики.

5. Охарактеризуйте основные положения направления синергетической экономики.

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических занятий по дисциплине
(модулю)**

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль): основы современного естествознания

2. Раздел 1. Естественно-научная картина мира и мегамиры

Тема 1.1. Природа и естествознание.

Тема практического занятия 1: История развития естествознания

3. Цели занятия: раскрыть основные этапы развития естествознания

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	История развития естествознания в древнем мире. История развития естествознания в Средние века.	Опрос, оценка знаний студентов
2.	История развития естествознания в Новое время. История развития естествознания в России.	Опрос, оценка знаний студентов
3.	Естествознание в XIX веке. Научно-техническая революция XX века.	Опрос, оценка знаний студентов

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. История развития естествознания в древнем мире.
2. История развития естествознания в древней Америке.
3. История развития естествознания на Древнем Востоке.
4. История развития естествознания в средневековой Европе и научные революции.
5. НТР в США; НТР в СССР; НТР в Европе и Азии.
6. История математики, астрономии, физики, химии.
7. История биологии, экологии, генетики.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. История естествознания у древних шумеров
2. История естествознания в Вавилоне.
3. История естествознания в Древнем Египте.
4. История естествознания в Древнем Китае.
5. История естествознания в Древней Индии.
6. История естествознания в Древней Греции.
7. История естествознания в Древнем Риме.
8. История естествознания древних цивилизаций Америки: инки.
9. История естествознания древних цивилизаций Америки: ацтеки.
10. История естествознания древних цивилизаций Америки: майя.
11. История естествознания на Арабском Востоке.
12. История естествознания в Средней Азии.
13. История естествознания в Средние века в Европе.
14. Естествознание в эпоху промышленной революции в Европе.
15. Естествознание в России.

16. Научная революция в Европе в XVII веке.
17. Научная революция в Европе в XVIII веке.
18. Естествознание в XIX веке.
19. Научно-техническая революция в XX веке.
20. Научно-техническая революция в США.
21. Научно-техническая революция в СССР.
22. Научно-техническая революция в Европе.
23. Научно-техническая революция в Японии.
24. Научно-техническая революция в современном Китае.
25. История астрономии.
26. История физики.
27. История химии.
28. История психологии.
29. История биологии.
30. История генетики.
31. История экологии.
32. История геологии.
33. История математики.
34. История географии.

1. Дисциплина (модуль): основы современного естествознания

2. Раздел 1. Естественно-научная картина мира и мегамиры

Тема 1.2. «Современная естественно-научная картина мира»

Тема практического занятия 2: Познание: чувства, интуиция и разум (рациональное мышление), эксперимент (измерения и расчеты).

3. Цели занятия: сформировать понимание различий знаний и результатов, полученных только на основании интуиции человека со знаниями, полученными путем измерений и расчетов.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сравнение результатов визуальных наблюдений и результатов измерений (на примерах оптических иллюзий).	Практические задания, оценка знаний студентов
2.	Сравнение результатов интуитивных выводов и расчетов (на примерах расчетных задач)	Практические задания, оценка знаний студентов

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. Чувственное познание.
2. Основные механизмы чувственного познания: зрение, слух, обоняние, осязание, вкус.
3. Формы чувственного познания:
4. Основные механизмы рационального познания.

33

Практические задания:

1. Т-образные фигуры В. Вундта.
2. Черный и белый квадрат.

3. Иллюзия Э. Геринга.
4. Примеры оптических иллюзий.

Требования к выполнению практического задания

1. Изучить теорию и указания к занятию.
2. Подготовить бланк-отчет.
3. Задания выполняются письменно на практическом занятии и оформленный бланк-отчет сдается преподавателю на бумажном носителе в конце соответствующего практического занятия.

1. Дисциплина (модуль): основы современного естествознания

2. Раздел 1. Естественно-научная картина мира и мегамиры

Тема 1.2. «Современная естественно-научная картина мира»

Тема практического занятия 3. Естественно-научные методы познания: эксперимент, измерения и расчеты, интерполяция и экстраполяция.

3. Цели занятия: сформировать понимание естественно-научных методов познания.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Измерение линейных размеров исследуемых образцов.	Практические задания, оценка знаний студентов
2.	Выражение соотношения между единицами измерениями различных величин.	Практические задания, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Измерение, прямые и косвенные измерения.
2. Погрешность измерения.
3. Интерполяция, экстраполяция.
4. Физическая величина, единица измерения физической величины.

Практические задания:

1. Измерение малых величин косвенным (косвенным) методом.
2. Выражение соотношения между единицами измерения различных величин.

Требования к выполнению практического задания

1. Изучить теорию и указания к занятию.
2. Подготовить бланк-отчет.
3. Задания выполняются письменно на практическом занятии и оформленный бланк-отчет сдается преподавателю на бумажном носителе в конце соответствующего практического занятия.

1. Дисциплина (модуль): основы современного естествознания

2. Раздел 1. Естественно-научная картина мира и мегамиры

Тема 1.3. Мегамиры и планетарный уровень организации материи

Тема практического занятия 4. Законы движения планет. Гравитационное взаимодействие

3. Цели занятия: раскрыть основные положения о единстве мегамира.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Определение массы Земли по известному ускорению	Практические задания, оценка

	свободного падения на поверхности Земли.	знаний студентов
2.	Ознакомление с принципом определения масс звезд («взвешивания» звезд) на примере двойных звезд (вычисление суммы масс двойной звезды α -Кентавра).	Практические задания, оценка знаний студентов

5.Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Вселенная. Характеристики Вселенной.
2. Возникновение Вселенной и ее эволюция.
- 3.Галактика: Характеристика Галактики как звездного скопления и её эволюция.
- 4.Классификация звезд.
- 5.Солнце, его характеристики и эволюция.
- 6.Солнечная система: Планеты, астероиды, кометы и их характеристики.
- 7.Земля, её характеристики, строение и эволюция.
- 8.Солнечно-земные связи.

Практические задания.

- 1.Определение массы Земли по известному ускорению свободного падения на поверхности Земли.
- 2.Ознакомление с принципом определения масс звезд («взвешивания» звезд) на примере двойных звезд (вычисление суммы масс двойной звезды α -Кентавра).

Требования к выполнению практического задания

- 1.Изучить теорию и указания к занятию.
- 2.Подготовить бланк-отчет.
- 3.Задания выполняются письменно на практическом занятии и оформленный бланк-отчет сдается преподавателю на бумажном носителе в конце соответствующего практического занятия.

1.Дисциплина (модуль): основы современного естествознания

Раздел 2. Уровни организации материи. Моделирование сложных систем

Тема № 2.1. Биологический уровень организации материи

- 2.Тема практического занятия 5. Биосфера и ее эволюция
- 3.Цели занятия: сформировать представление об основных положениях живой материи.
- 4.Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Гипотезы о возникновении жизни на Земле. Генетический код живых организмов.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2.	Генетический код живых организмов	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
3.	Учение о биосфере Земли. Клетки.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

5.Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

- 1.Гипотезы о возникновении жизни на Земле.
- 2.Генетический код живых организмов.
- 3.Учение о биосфере Земли.
- 4.Клетки.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. Гипотезы о возникновении жизни на Земле.
2. Биохимическая основа углеродной жизни на Земле.
3. Предбиологическая стадия эволюции. Гипотеза Кернса-Смита о кристаллах глины.
4. Фотосинтез углеводов.
5. Аминокислоты, сахара, белки.
6. Молекула ДНК, строение и функция.
7. Молекула РНК, строение и функции.
8. Единый генетический код живого вещества
9. Гены, хромосомы.
10. Программа расшифровки генома человека, растений и микробов
11. Свойства живого вещества и его характеристика.
12. Кругооборот живого вещества в масштабе Земли.
13. Уровни организации жизни на Земле.
14. Биологическая эволюция и её этапы.
15. Учение Вернадского о биосфере Земли.
16. Биоэтика. Проблема биоразнообразия. Количество биологических видов.
17. Биосистемы.
18. Экосистема (биогеоценоз).
19. Биоценоз.
20. Трофические уровни и цепи.
21. Биота.
22. Биогеохимические циклы.
23. Биоциклы.
24. Биохоры.
25. Биотопы.
26. Экологическая ниша.
27. Экологическая зональность водоемов.
28. Популяция.
29. Вид.
30. Организм.
31. Клетка эукариота и её строение
32. Самовоспроизводство клеток (митоз).
33. Влияние ионизирующих излучений на организмы

1. Дисциплина (модуль): основы современного естествознания

Раздел 2. Уровни организации материи. Моделирование сложных систем

Тема № 2.1. Биологический уровень организации материи

2. Тема практического занятия 6: Человек и его характеристики

3. Цели занятия: сформировать понимание основных понятий генетики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Генетика. Генная инженерия. Геном человека.	Практические задания, оценка знаний студентов
2.	Геном человека.	Практические задания, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.³⁶

Задания к практическому занятию:

1. Основные концепции биологии: Система биологических наук.
2. Генетика. Генная инженерия.

3.Геном человека.

Практические задания.

1. Определение генотипа человека.
2. Определение фенотипа человека.
3. Определение доминантных и рецессивных признаках человека.

Требования к выполнению практического задания

- 1.Изучить теорию и указания к занятию.
- 2.Подготовить бланк-отчет.
- 3.Задания выполняются письменно на практическом занятии и оформленный бланк-отчет сдается преподавателю на бумажном носителе в конце соответствующего практического занятия.

1. Дисциплина (модуль): основы современного естествознания

2. Раздел 2. Уровни организации материи. Моделирование сложных систем

Тема № 2.2. Высшие уровни организации материи

Тема практического занятия 7: Самоорганизация. Открытые и диссипативные системы

- 3.Цели занятия: раскрыть основные положения высших уровней организации материи.
- 4.Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Самоорганизация в неживой и живой природе. Энтропия и информация.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2.	Открытые и диссипативные системы. Порядок и беспорядок в природе.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
3.	Детерминированный и квантовый хаос. Шумы. Фракталы.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

5.Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

- 1.Самоорганизация в неживой и живой природе. Примеры. Синергетика.
- 2.Энтропия и информация.
- 3.Открытые и диссипативные системы.
- 4.Порядок и беспорядок в природе.
- 5.Детерминированный и квантовый хаос. Шумы. Фракталы.
- 6.Элементы теории игр и теории катастроф.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

- 1.Кибернетика
- 2.Энтропия
- 3.Информация
- 4.Связь энтропии и информации, негэнтропия
- 5.Открытые системы
- 6.Синергетика
- 7.Диссипативные структуры
- 8.Самоорганизация
- 9.Конвективные ячейки Бенара
- 10.Колебательная химическая реакция Белоусова-Жаботинского
- 11.Теория самоорганизованной критичности

12. Диссипативная система с хаосом: система Лоренца, странный аттрактор
13. Теория катастроф
14. Виды неустойчивостей: складка, сборка
15. Бифуркации
16. Фрактал
17. Канторово множество
18. Кривая Коха
19. «Ковер Серпинского»
20. «Канторов сыр»
21. Фрактальные дробные размерности
22. Турбулентность: слабая, сильная, развитая
23. Примеры турбулентности
24. Шумы, спектры шумов, примеры шумов
25. Белый шум
26. Фликкер-шум (розовый шум)
27. Коричневый шум
28. Черный шум
29. Хаос в природе
30. Хаос динамический
31. Хаос в социальных системах
32. Самоорганизация на планетах

1. Дисциплина (модуль): Основы современного естествознания

Раздел 2. Уровни организации материи. Моделирование сложных систем

Тема № 2.2. Высшие уровни организации материи

2. Тема практического занятия 8: Глобальные проблемы человечества

3. Цели занятия: раскрыть основные положения высших уровней организации материи.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Ресурсные проблемы. Экологические проблемы.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2.	Проблемы в демографии.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
3.	Политические проблемы.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Ресурсные проблемы
2. Проблемы в демографии.
3. Экологические проблемы.
4. Политические проблемы.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. Глобализация. Общая характеристика
2. Глобальное информационное пространство. Интернет
3. Предотвращение ядерной войны и сохранение мира
4. Обеспечение устойчивого развития мирового сообщества и повышение уровня организованности и управляемости им

5. Экологическая проблема деградации глобальной экологической системы
6. Загрязнение окружающей среды: металлизация, химизация, радиоактивное и др.
7. Энергетическая проблема
8. Сырьевая проблема
9. Чистый воздух
10. Чистая вода
11. Продовольственная проблема
12. Мировой океан: освоение, загрязнение
13. Демографическая проблема роста населения Земли
14. Межэтнические отношения, столкновения суперэтнических систем
15. Кризис традиционных культур
16. Переизбыток отдельных районов
17. Голод
18. Эпидемии
19. Здоровье населения мира
20. Глобальное образование
21. Стихийные бедствия, общая характеристика
22. Изменение климата
23. Парниковый эффект
24. Разрушение озонового слоя
25. Засухи
26. Наводнения
27. Землетрясения
28. Цунами
29. Вулканическая деятельность
30. Центры дестабилизации окружающей природы: европейский, североамериканский, азиатский
31. Центры стабилизации окружающей природы: северный евроазиатский: Россия, Скандинавия; североамериканский: Канада и Аляска
32. Центры стабилизации окружающей природы: южноамериканский: Амазонка, Австралийский

1. Дисциплина (модуль): Основы современного естествознания

Раздел 2. Уровни организации материи. Моделирование сложных систем

Тема № 2.2. Моделирование в сложных системах

2. Тема практического занятия 9: Модели в естествознании

3. Цели занятия: раскрыть основные виды моделей в естествознании.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Модели в химии биологии, экологии	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2.	Модели в геологии, метеорологии	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
3.	Модели в экономике, социологии, демографии	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

39

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Методы моделирования
2. Модели в химии биологии, экологии
3. Модели в геологии, метеорологии
4. Модели в экономике, социологии, демографии
5. Модель Пригожина-Лефевра-Николиса и Белоусова-Жаботинского.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. Метод математического моделирования
2. Моделирование в физике
3. Метод размерностей
4. Теория подобия
5. Математические модели в химии
6. Математические модели в биологии, модель хищник – жертва
7. Математические модели в геологии
8. Математические модели в экологии
9. Модель взаимодействия океана и атмосферы
10. Модель колебательных процессов в экономике
11. Математическое моделирование в социологии
12. Математические модели человека
13. Экспертные системы
14. Модели искусственного интеллекта
15. Модели метеорологии, модель Лоренца
16. Модели в демографии, модель С. П. Капицы
17. Модель Пригожина-Лефевра-Николиса («брюсселятор»)
18. Модель колебательной химической реакции Белоусова-Жаботинского

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)


УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Естественно-научная картина мира и мегамиры

Тема 1.2. Современная естественно-научная картина мира

ПЕРИОДИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ЭЛЕМЕНТОВ Д. И. МЕНДЕЛЕЕВА											VII		VIII		
I											(H)	He			
1	H										He				
2	Li	Be	B	C	N	O	F	Ne							
3	Na	Mg	Al	Si	P	S	Cl	Ar							
4	K	Ca	Sc	Ti	V	Cr	Mn	Fe	Co	Ni					
5	Rb	Sr	Y	Zr	Nb	Mo	Tc	Ru	Rh	Pd					
6	Cs	Ba	La-Lu	Hf	Ta	W	Re	Os	Ir	Pt					
7	Fr	Ra	Ac-Lr	Ku	Ns										

Периодическая система элементов Д.И. Менделеева в 1869 году



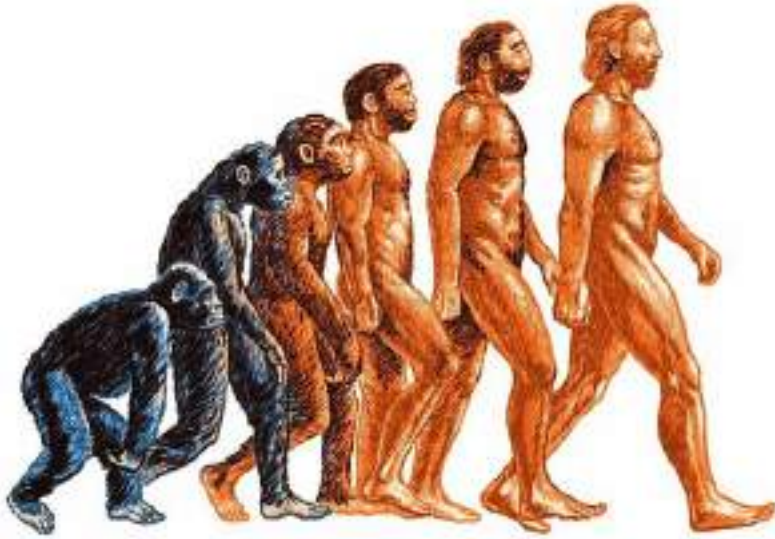
Тема 1.3. Мегамиры и планетарный уровень организации материи



Планеты солнечной системы

Раздел 2. Уровни организации материи. Моделирование сложных систем

Тема 2.1. Биологический уровень организации материи



Теория антропогенеза в целом основана на гипотезе эволюции человека от древних обезьян

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы актуализированы	Протокол заседания кафедры № 9 от «27» февраля 2024 года	01.09.2024
2.		Протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20____ года	__-__-____
3.		Протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20____ года	__-__-____
4.		Протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20____ года	__-__-____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ
Декана факультета политических и
социальных технологий

/Пивнева С.В./
28.02.2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
**ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И СТАТИСТИКА БОЛЬШИХ
ДАНЫХ**

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность
«Гостинично-ресторанная деятельность»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Искусственный интеллект и статистика больших данных» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. пед. наук, доцент С.В. Крапивка, канд. техн. наук, доцент Шаховской А.В, канд. техн. наук, доцент С.А. Нестерович.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры информационных технологий, искусственного интеллекта и общественно-социальных технологий цифрового общества факультета социальных и политических технологий.

Протокол № 11 от «28» февраля 2024 года.

Заведующий кафедрой
канд. пед. наук, доцент



С.В. Пивнева

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ4

- 1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)4
- 1.2. Методические материалы по подготовке к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)6
- 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)8

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ12

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)23

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)23

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лабораторных занятий по дисциплине (модулю)26

КОНСПЕКТЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)26

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ28

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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. 4
- Лекция-дискуссия – свободный обмен мнениями в ходе изложения лабораторного 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 лабораторного 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. Большие данные и машинное обучение

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.
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.
РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект	
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
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.

1.2. Методические материалы по подготовке к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Лабораторные 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. Лабораторное занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких работ.

Цель лабораторных 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 лабораторных занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач лабораторные занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

При подготовке и работе во время проведения 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 лабораторному 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.

Работа во время проведения занятия 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.

Вопросы для самоподготовки к лабораторным занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Задания для самоподготовки:

Перечень вопросов к Теме 1.1:

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 вопросов к Теме 1.2:

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. 7
9. Интеллектуальные сервисы и чат-боты.
10. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения.

Перечень вопросов к Теме 2.1:

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 вопросов к Теме 2.2:

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.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Большие данные и машинное обучение

Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

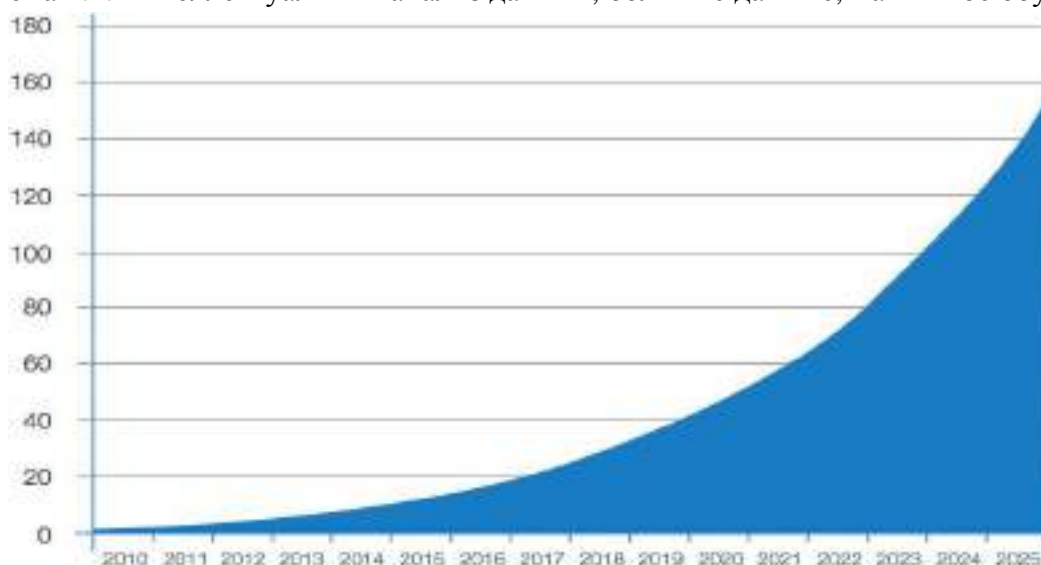


Рис. Объем накопленных мировыми данными в зеттабайтах

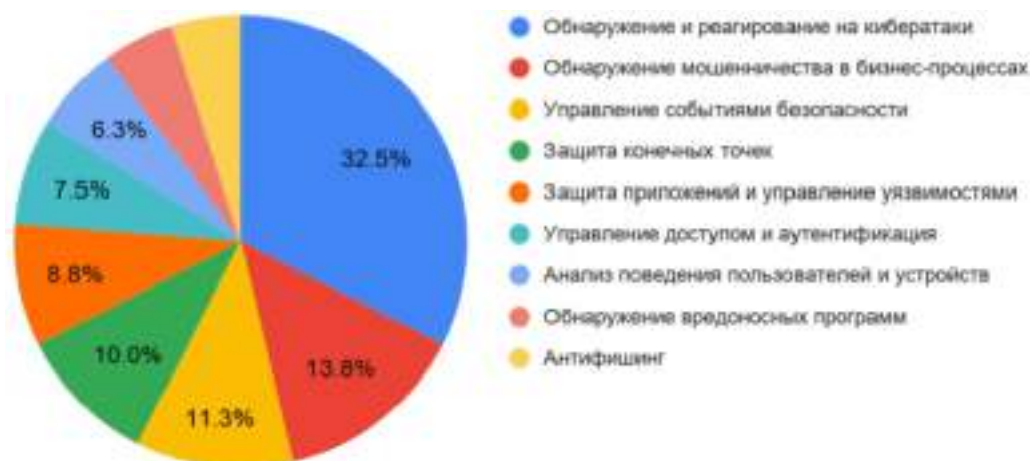


Рис. Распределение продуктов с применением технологий ИИ по сценариям использования

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

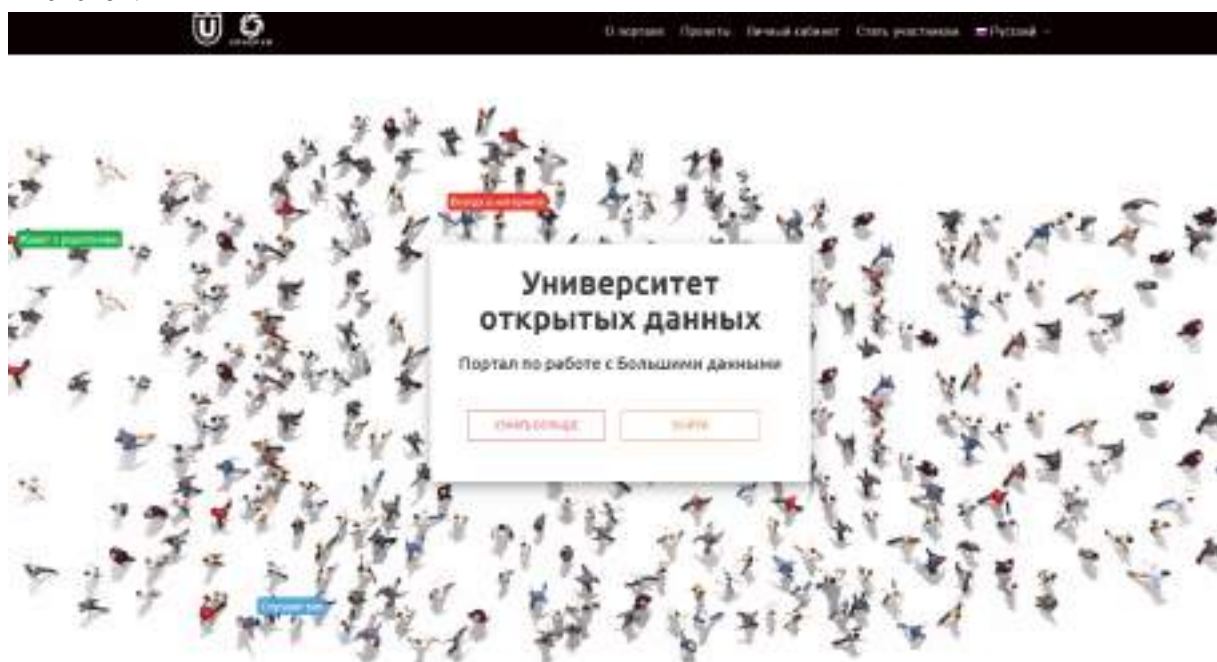


Рис. Портал по работе с большими данными data.tsu.ru

Раздел 2. Искусственный интеллект

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.

Компоненты ИИ

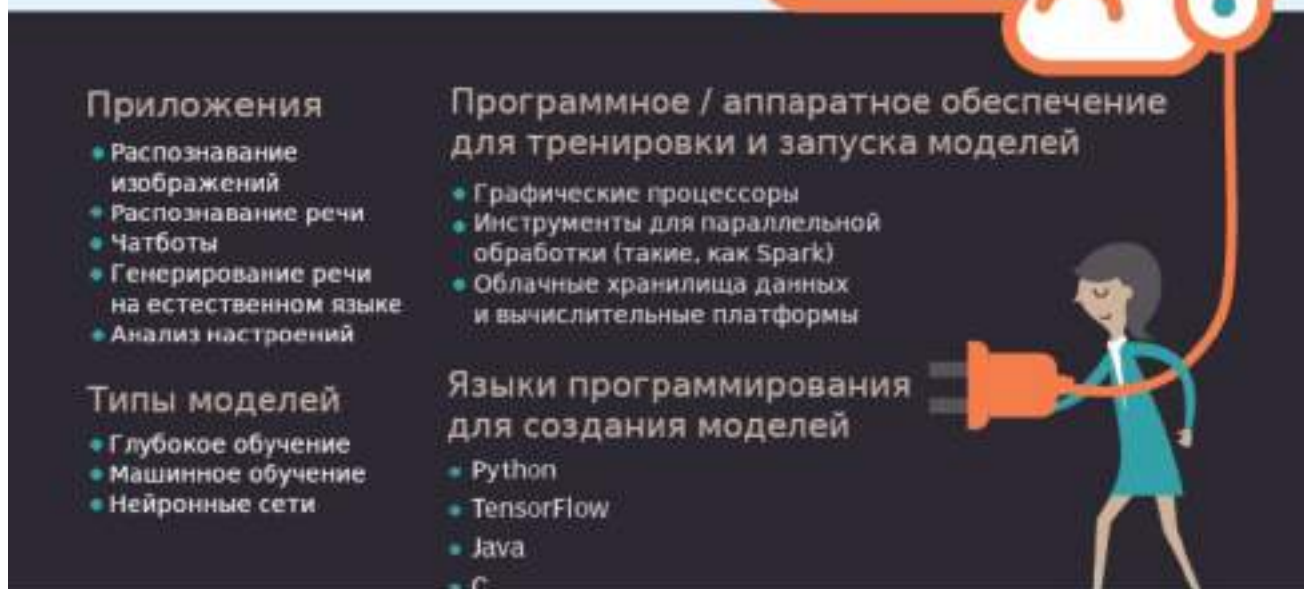


Рис. Компоненты ИИ



Рис. ASIMO — интеллектуальный гуманоидный робот фирмы Honda

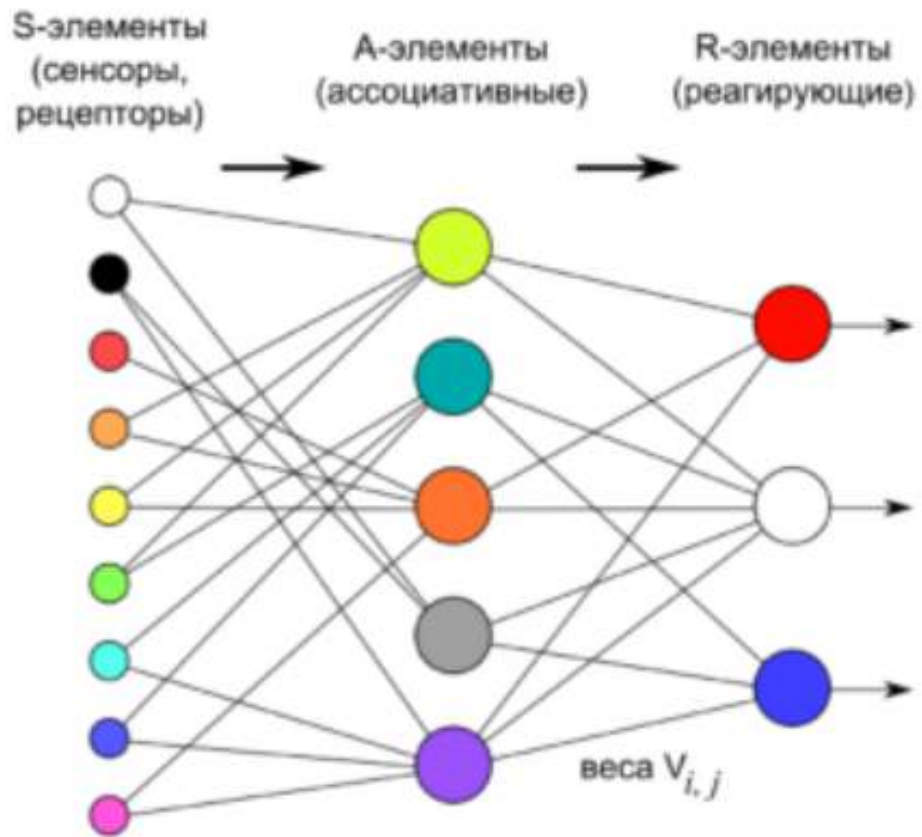


Рис. Алгоритм работы простейшей нейросети

```

=====
EEEEEEEE L      IIIIII  ZZZZZZZ  AAA
E        L      I      Z
E        L      I      Z
EEEEEE   L      I      Z
E        L      I      Z
E        L      I      Z
EEEEEEEE LLLLLLLL IIIIII  ZZZZZZ  A      A
=====
ELIZA > (PLEASE TYPE IN ALL CAPS) WHAT'S YOUR NAME DEAR ?
AMIT
ELIZA > HI, I'M ELIZA. WHAT DO YOU WANT TO TALK ABOUT ?
AMIT > CAN I TALK ABOUT MY PROBLEM ?
ELIZA > SURE... !
AMIT > DUE TO ON GOING EXAMS IN COLLEGE, I HAVE A LOT OF STRESS.
ELIZA > PLEASE RELAX A LITTLE. SLEEP WELL.
AMIT > THANKS FOR YOUR ADVICE.
ELIZA > NO MENTION.
AMIT > BYE
ELIZA > BYE AND KEEP IN TOUCH...
=====

```

Рис. Ролевая модель психолога в ChatGPT, которую многие используют в 2023 году.

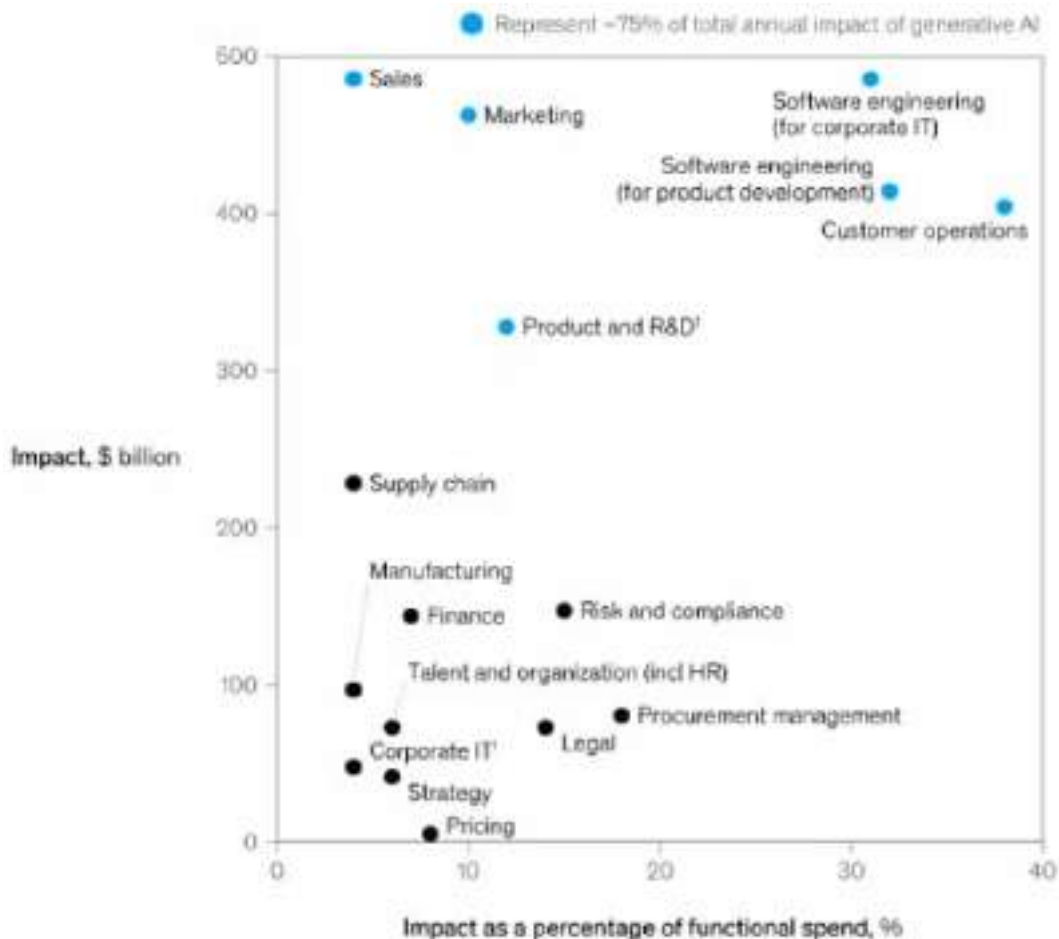


Рис. Как ИИ влияет на разные направления в бизнесе.

В топе — разработка ПО и продуктов, продажи, маркетинг, работа с клиентами

2. 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 лекционных 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 лекционному занятию 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 лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения 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 лабораторному занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторного занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения лабораторного занятия 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 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 осознанно 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 непонятные¹⁴ 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. 15

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 x 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 окончании 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 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. Объем 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 –18 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 частности, 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 материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами 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.

Критерии оценки лабораторного 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.

21

«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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплины (модуля) завершается зачетом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете 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. Искусственный интеллект и статистика больших данных.
2. РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.
3. 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.

4. 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.	

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 **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

3. 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.

4. 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.	

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, замысла²⁴ 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.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лабораторных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Искусственный интеллект и статистика больших данных.
2. РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.
3. 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.

4. 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.	

5. 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

3. 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.

4. 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.	

5. 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.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы актуализированы	Протокол заседания кафедры № 11 от «28» февраля 2024 года	01.09.2024
2.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20__ года	__-__-____
3.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20__ года	__-__-____
4.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20__ года	__-__-____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

/ К.К. Поздняков

«29» февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
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

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024 г.

Методические материалы по дисциплине (модуля) «История индустрии туризма и гостеприимства в России и за рубежом» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *43.03.03 Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модуля) «История индустрии туризма и гостеприимства в России и за рубежом» разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанно-гостиничного бизнеса и гастрономии Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
кандидат экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ	5
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	5
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	8
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	14
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	20
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	29
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	29
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	52
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ..	52
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	59
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	59
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	64

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 включает 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. Формирование сферы гостеприимства и туризма: мировой зарубежный опыт	
Тема 1.1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий	Путешествия, туризм и сервис путешествий. Периодизация путешествий, гостеприимство: смысл и история понятий и терминов. Литература по истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена. Достопримечательности и развлечения как мотивация античных путешественников. Сервис путешествий в античные времена. Накопление сведений о разных территориях. Древние карты и описание земель. Новые мотивации путешествий в Средневековье. Великие путешественники Средневековья. Паломничество как вид средневекового путешествия. Событийный и образовательный туризм Средневековья. Гостиницы и таверны как туристский сервис средневековой Европы. Маршруты, карты и путеводители Средневековья. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Географические открытия. Эпоха «круглой земли»: землепроходцы и открыватели новых земель. Типы путеводителей в новое время. Формирование инфраструктуры путешествий: дилижанс и гостиница. Факторы изменения статуса путешествий в эпоху дилижанса. Становление придорожного сервиса. Паспорт путешественника как условие безопасности туризма.

<p>Тема 1.2. Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в</p>	<p>Формирование основных видов туризма в XVIII-начале XX в. Grand Tour образованного англичанина как тип культурно-образовательного туризма. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых. Отдых у моря: динамика концепции пляжного отдыха. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис. Формирование спа-курортов и оздоровительного туризма. Экологическое движение и туризм. Ресторан и гостиница: гости и хозяева. Продвижение новых видов продуктов и сервиса в Европе Нового времени. Появление ресторана как вида сервиса питания в Европе. Гостиничное дело в США: рождение сервисных стандартов. Эпоха железных дорог и массового туризма. Фирма Томаса Кука. История гостеприимства в XVIII-начале XX в. Инновации туристского продукта и организационные структуры и правовые основания международного туризма в XX веке. Сервис индустрии развлечений. Мировой туризм: риски и перспективы.</p>
<p align="center">РАЗДЕЛ 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры</p>	
<p>Тема 2.1. Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России</p>	<p>Древнерусские военные и торговые пути. Система сообщения и способы передвижения в московском государстве. Путешествия русских людей в Средние века. Образовательные и культурные поездки русских за границу в новое время. Русское географическое общество. Паломническое движение в России. Оздоровительный туризм в России Нового времени. Издание путеводителей и карт нового типа в России. Ресторанный сервис в России: истоки, типология, специфика. Клубный туризм в имперской России. Туризм как бизнес в имперской России.</p>
<p>Тема 2.2. Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодельный туризм</p>	<p>Пролетарский туризм. Ведомственный (профсоюзный) туризм, самодельный 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 пролетарского 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 самодельный туризм второй половины XX века.</p>
<p align="center">РАЗДЕЛ 3. Инновационные изменения в туризме в XX веке</p>	
<p>Тема 3.1. Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке.</p>	<p>Инновации туристских перевозок. Инновации гостиничного сервиса в XX веке. Новые виды заведений питания в конце XIX – XX вв. Инновации туристского продукта. Информационные и рекламные инновации XX в. в туризме.</p>

Тема 3.2. Организационные структуры и правовые основания международного туризма	Организационные структуры международного туризма. Международная лига туристских организаций. Международный центр туризма. Международный гостиничный союз. Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО). Всемирная конференция по туризму (1963 г.). ЮнВТО. Манильская декларация по международному туризму. Хартия туризма и Кодекс туризма. Глобальный этический кодекс туризма. Мировой туризм: риски и перспективы конца XX века. Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в конце XX - начале XXI в.
--	---

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 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 – навыков, 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 четко 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 ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый 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 фантастических. 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. Формирование сферы гостеприимства и туризма: мировой зарубежный опыт

Тема 1.1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий

Вопросы для самоподготовки:

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.
9. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Географические открытия.
10. Эпоха «круглой земли»: землепроходцы и открыватели новых земель. Типы путеводителей в новое время. Формирование инфраструктуры путешествий

Тема 1.2. Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в

Вопросы для самоподготовки:

1. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых
2. Отдых у моря: динамика концепции пляжного отдыха
3. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис
4. Формирование спа-курортов и оздоровительного туризма
5. Ресторан и гостиница: история появления
6. Эпоха железных дорог и массового туризма.
7. Инновации гостиничного сервиса в XX веке.
8. Новые виды заведений питания в XX веке
9. Мировой туризм: риски и перспективы.
10. Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в XX в.

РАЗДЕЛ 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 2.1. Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России

Вопросы для самоподготовки:

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.
5. Изучите значение терминов (землепроходцы, фронтир, пустынь, ям, ямщик), используя справочный материал

6. В чем состояла особенность маршрутов русских путешественников в эпоху Великих географических открытий?
7. В чем состояло сходство и различия ямской службы в России и почтовой службы в Европе?

Тема 2.2. Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодеятельный туризм.

Варианты заданий:

Вариант 1.

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?
4. Перечислите факторы, которые препятствовали формированию международных стандартов сервиса в советской системе гостеприимства. Выделите те, которые не действовали в системе Интуриста.
5. На основе каких принципов осуществлялся социальный туризм?
6. В чем состояло политическое значение Интуриста?

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	Самодельный 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.

6. В чем состоит отличие молодежного туризма от самодельного?

7. Каковы основания сервисного стандарта в исторических гостиницах и арт-отелях?

РАЗДЕЛ 3. Инновационные изменения в туризме в XX веке

Тема 3.1. Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке.

Вопросы для самоподготовки:

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

Тема практического занятия 3.2: Организационные структуры и правовые основания международного туризма

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:

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.
3. Используя электронные информационные ресурсы, познакомьтесь с Глобальным этическим кодексом туризма 1999 г. Аргументируйте выделение этической стороны туризма в современном бизнесе.
4. 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).

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Формирование сферы гостеприимства и туризма: мировой зарубежный опыт

Тема 1.1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий





Источник: <https://ppt-online.org/727760>

Тема 1.2. Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в

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.



Источник: https://s1.slide-share.ru/s_slide/35c92c85725f5f8c998188407e58d694/ec490bbd-fdcf-4eb6-a12c-ac6f47bc9597.jpeg

Учебный материал

Первые альпийские клубы

Австрийское альпийское общество, которое образовалось в марте 1882 г., поставило себе целью не только распространить сведения об Альпах, заключающаяся в особенности в пределах Австрийской империи.

Французский альпийский клуб, существующий 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., задумал, главным образом, целью служить живым комментарием к топографическому атласу Швейцарии, изданному Дюфуром.

Английский альпийский клуб, был основан в 1867 году; его целью было исследование Альпийских гор.

Источник: https://s1.slide-share.ru/s_slide/b144275c26921c1fff8f4b906aeebf0f/9c93c8cd-8ffc-4114-b974-878260767f75.jpeg

Исторические вехи туризма XX в.

Таблица 1. Суммарная доля "гостевых" стран в глобальном туристском потоке

№ п/п	1990 г.		1992 г.		1994 г.		1995 г.	
	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %
1-я группа								
1	США		Италия		Франция		Франция	
2	Канада		Канада		США		США	
3	Италия	74	Франция	43	Испания	41	Испания	39
4	Франция		Италия		Италия		Италия	
5	Швейцария		США		Венгрия		Великобритания	
2-я группа								
6	Нидерланды		Австрия		Австрия		Китай	
7	Австрия		ФРГ		Великобритания		Венгрия	
8	Испания	17	Швейцария	23	Япония	18	Япония	18
9	ФРГ		США		Германия		Польша	
10	Великобритания		Италия		Канада		Австрия	

Источник: https://s1.slide-share.ru/s_slide/44beddd0724fb062a69b2dcc3760aa9b/a1fc85af-f7f3-4ec1-8978-4daa385c18cd.jpeg

РАЗДЕЛ 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 2.1. Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России

Деятельность Петра 1 (1689-1725)

- Валное посольство: 1697-98; Курляндия, Пруссия, Голландия, Англия, Австрия, Польша, 1717: Франция.
- создание первых музеев, Кустомера, общественных садов
- Обручение невест за границей: Париж, Марсель, Тулон, Лондон, Амстердам, Кадис, Венеция, Флоренция
- Стендарты
- 1755 Московский университет

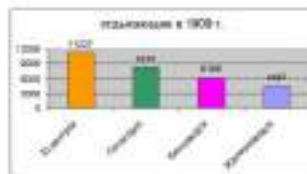
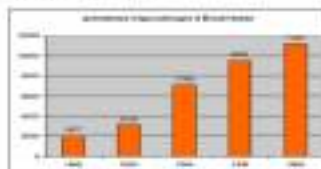
Туристские клубы

- 1877г. Альпийский клуб в Тифлисе
- 80-ые 19в. «Кружок любителей природы, горного спорта и Крымских гор» или Крымско-Кавказский горный клуб, Ялта, проф. Головинский Одесского ун-та, пропаганда, обустройство троп
- Штангеевская тропа : 8 верст, вост. склон Яйлы.
- Боткинская тропа.
- Чатырдаг первый приют
- Русское горное общество, М, СПб, 1898, ученые, Кавказ
- Кавказское горное общество 1902 г., Пятигорск
- Владикавказский горный клуб 1909
- Интерес к Кавказу австрийцев, немцев

Источник: <https://ppt-online.org/448059>

Лечебный туризм

Минеральные воды в Карсунг
Эльзас. Мацхетинские воды.
1714г, 1719г.
19 в. 9 местностей – Шаха,
Спарорусские, Леленце,
Сергивские (Сакра),
Болмарские (Палата), Бусанские
(Польша).
Ессентуки, Кисловодск, Пятигорск
впервые изобраны в 1717г
с 1760 г был открыт первый лечебный
сезон.
Береговая
Черноморское побережье Кавказа
Южное побережье Крыма.
Перед Первой мировой войной 60
санаторий, одновременно 3000
человек.
Всего до 1917 года в России вышло в
свет около 45 специализированных
туристских газет и журналов
различных типов.



Источник: <https://ppt-online.org/448059>

Тема 2.2. Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодеятельный туризм



Источник: <https://www.sonar2050.org/publications/turizm-v-sovetskom-soyuzel/>



Источник: <https://novate.ru/blogs/140223/65535/>

Число туристов, выезжающих за рубеж из СССР	
Год	Количество в тыс.
1956	561
1960	730
1965	1 200
1970	1 800
1975	2 500
1980	4 000
1985	4 500
1991	10 819

Источник: https://www.olegarin.com/olegarin_articles/miscellania/ewExternalFiles/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%20%D0%B2%20%D0%A1%D0%A1%D0%A1%D0%A0%20%D0%B8%20%D0%A0%D0%A4-%20%D1%81%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B8%CC%86%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7_.pdf

РАЗДЕЛ 3. Инновационные изменения в туризме в XX веке

Тема 3.1. Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке.

Учебный материал

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 самостоятельного 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.



Источник: <https://ppt4web.ru/istorija/razvitie-turizma-v-sssr-pod-rukovodstvom-profsojuzov.html>

Тема 3.2. Организационные структуры и правовые основания международного туризма



Источник: <https://ppt-online.org/452019>

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.

Источник: <https://present5.com/pravovoe-regulirovanie-mezhdunarodnogo-sotrudnichestva-v-oblasti-turizma-i/>

2. 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 насколько 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 x 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 сверху 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 окончании 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 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.

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. Объем 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. Объем 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. Объем 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 демонстрируется 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 частности, 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 обобщенных 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. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. РАЗДЕЛ 1. Формирование сферы гостеприимства и туризма: мировой зарубежный опыт

Тема 1.1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий

3. Цели занятия.

-сформировать представление об основных периодах становления туризма и гостеприимства

- изучить принципы периодизации

- 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.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Периодизация путешествий, гостеприимство: смысл и история понятий и терминов.	Вводная лекция
2.	Мотивация и сервис путешествий в античные времена.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Гостиницы и таверны как туристский сервис средневековой Европы.	Лекция с применением обратной связи

5. 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 десятиричная 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 плотках аборигенные цивилизации Америки перемещались вдоль океанических берегов уже в I 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.

Источник: <https://studfile.net/preview/5266759/page:3/>

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.

1. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. РАЗДЕЛ 1. Формирование сферы гостеприимства и туризма: мировой зарубежный опыт

Тема 1.2. Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в

3. Цели занятия.

-сформировать представление об основных периодах становления туризма и гостеприимства

- изучить принципы периодизации

- 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.

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	История гостеприимства в XVIII-начале XX в.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Мировой туризм: риски и перспективы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
--	--	---

5. 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.

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 закусовых, 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 закусовых сразу привлекли к себе внимание, хотя за ними посетитель мог увидеть лишь небольшое помещение с несколькими стульями, да плиту со сковородками 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.

Вопросы к обсуждению:

1. Формирование спа-курортов и оздоровительного туризма
2. Ресторан и гостиница: история появления
3. Эпоха железных дорог и массового туризма.
4. Инновации гостиничного сервиса в XX веке.
5. Новые виды заведений питания в XX веке

1. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. РАЗДЕЛ 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 2.1. Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России

3. Цели занятия.

-сформировать навыки анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи;

-сформировать навыки установления особенностей различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Путешествия русских людей в Средние века.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Образовательные и культурные поездки русских за границу в новое время.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В России к XVIII в. существовало немало постоянных и гостиных дворов, которые в крупных городах выполняли различные функции, в них осуществлялась торговля, коммерческие и купеческие сделки.

В Москве многие постоянные дворы сохраняли прежние названия — 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 нередко 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. Polenov 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, рестораций 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, и в 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 I 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*.

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.

Вопросы к обсуждению:

1. Когда появились первые российские курорты? Где располагались центры грязелечения в России в XIX в.?
2. Когда возник российский туризм? Какие даты называют исследователи? Выскажите свое мнение по этому вопросу.
3. Какие организации занимались развитием горного туризма в России? Когда они возникли и какими видами туризма они еще занимались?
4. Какие туристские общества существовали в России в конце XIX — начале XX вв., и какова их роль в развитии российского туризма?
5. Расскажите о первых туристских фирмах в России.

1. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. РАЗДЕЛ 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 2.2. Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодеятельный туризм

3. Цели занятия.

-сформировать навыки анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи;

-сформировать навыки установления особенностей различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Пролетарский туризм. Ведомственный (профсоюзный) туризм, самодеятельный туризм второй половины XX века.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Новые виды и мотивация советского туризма в деятельности Общества пролетарского туризма и экскурсий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией. Принято выделять несколько этапов развития туризма в СССР.

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 рекомендации 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 молодежных 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 рубежом, 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.

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 страны 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 конце 80-х и 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, которые под предлогом туристских путешествий пересекали границы. 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, получив определенные политические свободы, стали активно выезжать за границу. Но при этом были случаи, когда уехавшие за границу не всегда возвращались, поскольку определенная часть населения СССР из числа тех, кто долгие годы не мог покинуть СССР по политическим причинам, стала пользоваться туристскими услугами для эмиграции. 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.

Вопросы к обсуждению:

1. На основании текста лекции и дополнительной литературы составьте перечень принципов и стандартов советского сервиса гостеприимства. На каких политических позициях они основаны?
2. Выпишите основные информационные средства в области туризма во второй половине XX века в СССР. Расположите их по степени воздействия на потребителя.
3. Составьте собственный список современных профессиональных журналов в области туризма и гостеприимства. Выделите издания профессионального формата и познавательно-рекламного характера.
4. В чем состоит отличие молодежного туризма от самодеятельного?
5. Каковы основания сервисного стандарта в исторических гостиницах и арт-отелях?

1. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. РАЗДЕЛ 3. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 3.1. Инновационные изменения в туризме в XX веке

3. Цели занятия.

-сформировать навыки анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи;

-сформировать навыки установления особенностей различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инновации гостиничного сервиса в XX веке.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Новые виды заведений питания в конце XIX – XX вв.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Начало XX в. связано с возникновением и развитием разных видов транспорта. Создание в 1769 г. немецкими изобретателями Г. Даймлером и К. Бенцем автомобиля с двигателем внутреннего сгорания дало человечеству быстрый и комфортный способ передвижения. Уже в

первой половине XX в. автомобили и автобусы в европейских странах и США становятся распространенным видом транспорта. Например, в Англии в 1904 г. было 8 тыс. 465 автомашин, а в 1914 г. - 132 тыс. 315. К концу 30-х гг. ежегодно порядка 10 тыс. туристов из Англии путешествовали на автомобилях по Европе, в 1935 г. маршруты их путешествия достигли Москвы и Ленинграда.

В 1903 г. в Америке братья Райт изобретают самолет, в то же время появляются первые самолеты в Европе. Совершенствуется морской транспорт, строятся гигантские для того времени лайнеры - «Сириус», «Лузитания», «Мавритания», «Император», «Фатерланд» и др. Из-за дороговизны путешествий на морских судах компании - владельцы пароходов работали в условиях жесткой конкурентной борьбы. Но сами по себе морские путешествия еще не сформировались как комплексный туристский продукт, который впоследствии получил название «круиз».

Развитие морского и авиационного транспорта способствовало увеличению международных поездок. По статистическим данным, накануне первой мировой войны максимальное число американцев, выехавших за границу, составило 287 тыс. человек.

Первая мировая война, экономическая депрессия 30-х гг., зарождение и распространение фашизма оказали отрицательное влияние на развитие туризма. К концу 30-х гг. фашистские режимы утвердились в Италии, Германии, Португалии, Испании и ряде стран Восточной Европы. Тем не менее в странах с благоприятной политической обстановкой массовый туризм продолжал свое развитие. Например, если до первой мировой войны максимальное число американцев, выехавших за границу, составило 287 тыс. чел., то в 1923 г. - 308 тыс., а в 1930 - 477 тыс. В 1924 г. в Англии на базе четырех авиакомпаний была создана одна - «Imperial Fairways», соответственно увеличилось количество перевозимых пассажиров (1926 г. - 16 тыс., 1932 г. - 48,2 тыс., 1938 г. - 222 тыс.).

Именно в это время правительства государств Европы обратили серьезное внимание на развитие международного туризма, о чем свидетельствует тот факт, что в 1925 г. в Гааге состоялся первый Международный конгресс официальных ассоциаций по пропаганде туризма (МКОАПТ), в котором приняли активное участие представители 14 европейских стран. В 1927 г. прошел Международный конгресс официальных туристских организаций (МКОТО), а в 1930 г. был учрежден Международный союз организаций и пропаганды туризма (МСОПТ).

Перед второй мировой войной возрастает количество морских перевозок. В Швейцарии по инициативе Г. Дуттвайлера, основателя туристской фирмы «Отельплан» (1935 г.), был разработан ряд путешествий, рассчитанных на людей со скромным достатком. Нацистская политика Гитлера также способствовала развитию массового туризма в Германии. Заботясь об элитности нации, он хотел видеть немцев здоровыми как физически, так и психологически. В этом отношении фюрер не переоценил роль туризма. Германское правительство оказывало содействие в организации групповых туров с использованием железнодорожного и морского транспорта. Так, за период с 1934 по 1938 г. количество поездок немецких туристов возросло с 2,3 млн до 10,3 млн. Правда, есть основание предполагать, что большинство немецких туристов, путешествовавших за пределами нацистской Германии, были шпионами.

Развитие туризма до второй мировой войны характеризуется непритязательностью предоставляемых услуг, стандартностью их набора. Программы обслуживания туристов не отличались разнообразием, так как элементарные туристские услуги, из которых они формировались, удовлетворяли потребителя. Такая ситуация давала возможность туроператорам формировать для туристского рынка унифицированные пакеты услуг. В этом случае можно говорить о массовом конвейерном туризме.

Вторая мировая война и последующая деятельность стран по ликвидации ее последствий приостановили развитие туризма почти на 10 лет. Но в дальнейшем развитие туризма приобретает все более массовый характер. Довоенный уровень был достигнут уже в конце 40-х гг. В этот период туристские обмены и путешествия получили широкое развитие в США и Канаде, в Мексике, Панаме, на Кубе. Начиная с 1948 г. были разрешены поездки в Японию (запрещение въездного туризма было связано с милитаристской политикой Японии в отношении Китая в 1937-1945 гг.).

В 1947 г. МКОАПТ, МКОТО и МСОПТ были объединены в Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО). Ее действительными членами стали как правительственные, так и неправительственные официальные национальные туристские организации 116 стран.

В условиях нарастания психологической нагрузки, интенсификации жизни людей в индустриальных странах туризм действует как эффективное средство рекреации. Из предмета роскоши он становится потребностью населения высокоразвитых индустриальных стран. Формируется индустрия отдыха со своими институтами, продуктом (услугами), производственным циклом, методами организации и управления производством.

Необходимость постоянных международных контактов в целях развития и координации туристских обменов, согласования политических, экономических, социальных и культурных аспектов деятельности стала причиной реорганизации в 1969 г. согласно резолюции Генеральной ассамблеи ООН неправительственной организации МСОТО в межправительственную Всемирную туристскую организацию (ВТО).

50-60-е гг. – период интенсивного создания инфраструктуры туризма (гостиниц, кемпингов, ресторанов, туристских фирм и т. д.) и начала систематического сбора данных по туризму в мировом масштабе. Европейский въездной туризм 50-х гг. был ориентирован преимущественно на американских туристов и являлся для принимающих стран источником валютных поступлений. В это десятилетие в развитых странах, несмотря на интенсивность труда, благосостояние большинства населения оставалось сравнительно невысоким, поэтому в туризме превалировал спрос на недорогие путешествия, связанные с отдыхом. В 50-е гг. и до середины 70-х наблюдается экстенсивный рост как въездного, так и выездного туризма. (1950 г. – 25 млн прибытий туристов, 1970 г. – 160 млн). В связи с увеличением сегментов потребления туристский рынок становится все более дифференцированным. В 80-е гг. темпы роста замедлились (1991 г. – 450 млн прибытий туристов), но остались устойчивыми при высоком уровне объемов производства. На развитие международного туризма в период 60-90-х гг. оказывали отрицательное влияние следующие факторы: противостояние двух политико-экономических систем – социалистического блока стран и капиталистического; экономические кризисы 1974–1975 гг. и 1980–1982 гг., так как они охватили почти

одновременно все развитые капиталистические страны, в том числе США, Японию и страны Западной Европы. Еще сильнее сказывались на развитии международного туризма ухудшение международных отношений и, как следствие, военные расходы, связанные с гонкой вооружений. Например, колониальные войны во Вьетнаме (Франция, 1945–1954; США, 1964–1973 гг.); англо-аргентинский конфликт (1952 г.); шестидесятидневная война на Ближнем Востоке (1967 г.), когда израильские войска вторглись на территорию Египта, Сирии, Иордании; афганская война (1979-1989 гг.); иракские войны против Кувейта за раздел нефтяных месторождений, трагические события в Югославии (1998 г.) и др. При общемировом распространении туризма как сферы обслуживания и отрасли экономики уровень его развития в разных странах существенно отличался. Лидерами выездного туризма стали Япония и Австралия. По въездному туризму лидировали страны Средиземноморья, а также Азии и Северной Африки.

Развитие техники и технологий производства в индустриально развитых странах способствовало повышению благосостояния населения, увеличению времени отпусков, что в свою очередь положительно влияло на развитие туризма. Характерными тенденциями туризма 80-90-х гг. стало увеличение спроса на туристские услуги среди людей среднего и ниже среднего достатка. Это еще в большей степени дифференцировало туристский рынок, привело к многообразию туристского продукта, рассчитанного на людей с разным материальным достатком, различными интересами, целями и требованиями к уровню сервиса. Вместе с тем дифференциация туристского рынка не исключила стандартизации и унификации туристского продукта, наряду с которыми все заметнее стали процессы его специализации для разных сегментов потребителя и диверсификации (расширения) набора туристских услуг, в том числе как сопутствующих, так и ранее не свойственных туристскому рынку (например, организация выставок, ярмарок, командировок, обучения), а также предложение наряду с услугами сопутствующих товаров.

Исходя из анализа тенденций развития туризма за период 50-90-х гг., сделанного Всемирной туристской организацией, можно выделить следующие причины, определившие основные направления в истории развития международного туризма:

- 50-е гг. – период восстановления послевоенной Европы и Юго-Восточной Азии, развития авто- и авиатранспорта, начала систематизации сбора данных по туризму в мировом масштабе;
- 70-е гг. – период устоявшихся тенденций к миру и стабильности в большей части государств, разрешения социально-политических конфликтов, поисков новых форм взаимоотношений стран социалистической и капиталистической направленности, начала неуклонного развития туристских контактов этих стран;
- 90-е гг. – период высоких технологий индустрии туризма, развития крупных транснациональных корпораций, гостиничных цепей и предприятий питания в странах с благоприятной для развития туризма обстановкой.

Таким образом, развитию международного туризма XX в. способствовали политические, экономические, технические, культурологические и социальные факторы (как внутренние, так и внешние). Интенсивное развитие туризма отмечалось в странах с благоприятной внутренней

и внешней политикой, устойчивым экономическим потенциалом, достаточным уровнем культуры и социальной поддержки граждан. Следует отметить, что существенное положительное влияние на рост международных туристских обменов оказали развитие транспорта, повышение его комфортабельности при доступных ценах, а также развитие средств информации и коммуникации.

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

1. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. РАЗДЕЛ 3. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 3.2. Организационные структуры и правовые основания международного туризма

3. Цели занятия.

-изучить социокультурную специфику деятельности в сфере туризма и сервиса в различных странах в разные исторические эпохи;

-сформировать представление об основных инновационных концепциях сервиса и туризма, возникших в Новое время и в современную эпоху.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организационные структуры международного туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Мировой туризм: риски и перспективы конца XX века. Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в	Информационная лекция Обзорная лекция

	конце XX - начале XXI в.	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
--	--------------------------	---

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Быстрый рост туристской индустрии в конце XIX в., появление конкурентной борьбы в этой сфере бизнеса вызвали образование международных организаций, которые стремились создать некие общие правила в туризме, прежде всего международном. Пионерами межнациональных соглашений по туризму были альпийские клубы XIX в., которые по природе своей оказались интернациональными. В конце XIX в. проходили международные конгрессы туризма, на которых вырабатывались первые правила путешествий в рамках бизнеса. В Европе в начале XX в. действовала Международная лига туристских ассоциаций, в которую входили велосипедные и автомобильные клубы, различные общественные организации, связанные с туризмом. Распространение подобных организаций и клубов привело к созданию в 1908 г. в Вене Международного центра туризма.

Рост гостиничной инфраструктуры и введение стандартов гостеприимства стали причиной появления в 1869 г. первой в Европе Международной ассоциации гостиничных работников. Позднее, уже после Первой мировой войны она была преобразована в Международный гостиничный союз.

На понимании глобальности туризма и единства задач и проблем в этой области ускорилось формирование международных правил, стандартов, организаций, регулирующих данную область. Еще в 1919 г. турфирмы стран Средиземно- морских курортов (Франция, Италия, Испания) составили первую Международную федерацию туристических агентств. В 1920 г. международная организация Лига Наций провела конференцию по паспортному режиму, так как после Первой мировой войны и революции, вызвавших массовую эмиграцию из России, следовало выработать общеевропейские паспортные правила. В 1926 г. была принята единая форма заграничного паспорта на 32 страницах, в котором записи велись параллельно на английском и французском языках. Это новшество не сразу было признано всеми странами, но постепенно идея унификации документов для туристов завоевывала признание.

Великая депрессия начала 1930-х гг. имела двоякие последствия для туризма. С одной стороны, сократился спрос на путешествия, поскольку люди стали экономнее, а многие правительства ограничивали вывоз валюты. С другой стороны, более жесткие внешние условия заставили туристский рынок "взрослеть", искать вариативные возможности, демонстрировать гибкость и привлекательность для потребителей.

Исследовательским периодом в области потребительского маркетинга стали в США 1930-е гг. Изучались поведение и запросы потребителя, выявлялись основополагающие законы рынка и

рекламного дела. Как и другие сферы индустрии, туризм становился бизнесом, стоящим на прочных экономических законах и исследованиях. В 1936 г. Лига Наций опубликовала первый аналитический документ - "Обзор туристского движения" – с точки зрения развития общеевропейской экономики.

Конкурентная борьба в области туристского бизнеса была еще впереди, а в период 1920–1950-х гг. основным процессом являлась выработка единых принципов, правил ведения бизнеса в этой области. Вырабатывались соглашения, стандарты, которые требовались не только на уровне бизнеса, но и на уровне государственных договоров. Важнейшим шагом в этом направлении стал первый международный конгресс Международного союза официальных организаций по пропаганде туризма в 1925 г. в Гааге. Здесь было представлено 14 европейских государств, которые стремились выработать единые принципы политики по отношению к туристскому движению, видя в нем не только коммерческую сторону, но и мощный инструмент объединения

Европы и установления дружеских отношений между странами. Отчетливо разделились две линии в понимании туризма. С одной стороны, это бизнес услуг, который действует по рыночным законам и нуждается в экономическом регулировании, стандартизации и т.п. С другой стороны, это важнейшие социокультурные практики людей, которые могут помочь решать задачи культурного, политического сотрудничества, участвуют в решении проблем экологии, культуры и толерантности. Это двойственное понимание туризма требовало развития всех его форм и структур.

В 1932 г. появилась практика чартерных авиарейсов, которыми в том же году воспользовались около тысячи пассажиров только из Англии. Для того чтобы избежать трудностей с обменом валюты, для желающих посмотреть другие страны туроператоры расширяли присутствие морских круизов с заходом в крупнейшие европейские столицы. В 1939 г. предложениями по круизам воспользовались не менее 1 млн туристов. Под нажимом туроператоров появились чартерные авиарейсы, чартерные железнодорожные перевозки в Германию, Италию, Испанию, на Средиземноморскую Ривьеру, что позволяло снижать расходы, стоимость туров и делать туризм действительно массовой практикой.

Наряду с коммерческими объединениями при многих правительствах создавались государственные комитеты и ведомства, которые заботились о туристском имидже страны, продвигали здоровый образ жизни и полезное проведение досуга. К середине XX в. рабочие профсоюзы во многих странах добились предоставления оплачиваемого отпуска, оплаты лечения, так что некоторый досуг появился у всех слоев населения. Например, во Франции оплачиваемый отпуск был введен в 1936 г., в Британии – в 1938 г. К началу Второй мировой войны, почти половина европейцев, которые относились к рабочим слоям, имели право на хотя бы двухнедельный отпуск, т.е. к массовому туризму могли быть привлечены дополнительные 11 млн человек. Перед правительствами многих стран была поставлена задача развития досуговой сферы, обеспечения возможностей отдыха, лечения, занятий спортом масс населения. Стали возникать государственные структуры, которые были призваны заниматься этими вопросами. В 1929 г. по инициативе правительства Великобритании была основана Британская ассоциация путешествий и туризма, девизом которой были слова: "Путешествия во имя мира" (уже тогда туризм выходил за узкие рамки исключительно бизнеса, заявляя о своей социальной и политической роли). Деятельность

этого государственного образования направлялась на пропаганду туризма, здорового образа жизни и лежала вне коммерческого поля.

Во второй половине XX в. сфера туризма окончательно превратилась в мощный транснациональный бизнес, в который были вовлечены почти все страны мира. Туризм начал осознаваться и как универсальная социокультурная практика, часть поведенческой культуры людей. Бурное развитие познавательного, культурного, делового туризма способствовало глобальному восприятию мира, осознанию единства проблем, стоящих перед человечеством. Инфраструктура, обеспечивающая индустрию туризма, – перевозки, отельные структуры, предприятия питания, информация и реклама для туристов – составила огромный сектор экономики многих государств.

После Второй мировой войны процесс создания международных организаций, туристских ассоциаций и выработка единых стандартов и правил в туризме стал массовым и необратимым. Огромную роль в этом сыграли созданные после войны влиятельные международные организации – Организация Объединенных Наций (1945) и Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО, 1946). В 1947 г. был оформлен Международный союз официальных туристских организаций (далее – МСОТО), в который вошли компании из 20 стран. Союз выпустил справочник "Путешествие за границу", в котором были обобщены пограничные формальности при поездках в разные страны. Начался процесс унификации пограничных правил. Советский Союз вступил в МСОТО в 1956 г., что сделало возможным проведение в 1957 г. в Москве Международного фестиваля молодежи и студентов.

В 1950-е гг. численность туристов в мире превысила довоенный уровень и продолжала быстро расти. Однако зарубежные поездки занимали все еще минимальное место в структуре путешествий. Назревшая потребность в унификации туристских структур выразилась в создании ряда организаций и подписании соглашений. В 1954 г. была создана международная федерация журналистов и писателей, которые создают путеводители, рекламу и литературу путешествий. В 1950–1960-е гг. достигнуты соглашения о таможенных правилах, о правилах воздушных и железнодорожных перевозок между странами, принята "звездная" классификация гостиниц, охватившая почти все европейские страны.

В 1963 г. в Риме состоялась первая Всемирная конференция по туризму, в которой участвовало 87 государств и 26 организаций. Обсуждались ключевые проблемы международного туризма:

- – определение понятий "турист", "экскурсант" с международно-правовой точки зрения;
- – принятие решений об унификации таможенных правил, паспортного режима, правилах обмена валюты в туристских поездках;
- – развертывание системы подготовки персонала для обслуживания туристов по общим стандартам сервиса и гостеприимства.

Конференция 1963 г. впервые продемонстрировала политкорректные принципы мирового туризма, который стоит вне расовых, религиозных различий и политических целей. Когда на конференции представители 15 африканских стран потребовали, чтобы делегации Португалии

и Южно-Африканской Республики покинули конференцию, поскольку они представляют "колонизаторов", конференция отклонила это требование, заявив о политической и идеологической нейтральности туризма как движения, объединяющего народы, а не стремящегося к их розни. Отметив этот важнейший принцип туризма, ООН объявила 1967 г. международным годом туризма.

В 1975 г. на базе прежней организации МСОТО была образована действующая сегодня Всемирная туристская организация – ВТО, в которую первоначально вошла 51 страна мира. Сейчас во избежание путаницы с Всемирной торговой организацией, она именуется ЮнВТО (United Nations), чем подчеркивается ее всемирность. Датой создания ЮнВТО считается 2 января 1975 г., хотя только 27 сентября того же года был принят устав организации, поэтому с 1980 г. этот день ранней осени отмечается как Всемирный день туризма. Ежегодно он проводится под оригинальным лозунгом, который отражает какую-либо оригинальную тенденцию в развитии международного туризма. Деятельность ЮнВТО координируется при помощи шести региональных комиссий, представляющих основные регионы туризма: Европа, Америка, Африка, Ближний Восток, Азия, Восточная Азия, Тихоокеанский регион. Единство организации подчеркивается логотипом, одинаковым на всех континентах (рис. 17.2).



Рис. 17.2. Логотип Всемирной туристской организации

В конце XX в. большинство стран уже осознавали важность туризма как для престижа государства, так и для его экономики. Туризм занял лидерские позиции в бюджете стран Средиземноморья, отдельной строкой обозначался в государственных инвестициях. Практически все страны мира, так или иначе культивирующие туризм, приняли собственные законы о туристской деятельности, согласовывая их с международными документами. Членство в ЮнВТО в соответствии с ее уставом делится на три категории:

- – действительные члены, в качестве которых могут выступать все суверенные государства (сейчас более 100 стран);
- – ассоциированные члены, в статусе которых могут выступать отдельные территории (сейчас 4 отдельных территории);
- – присоединившиеся члены, в качестве которых выступают международные организации, ассоциации и отдельные общества (более 150 организаций).

В 1980 г. на очередной конференции ЮнВТО, проходившей в столице Филиппин, была принята Манильская декларация по международному туризму. В ней дано современное определение туризма как важного явления международной коммуникации, подчеркнута необходимость обеспечения свободы и безопасности передвижений людей в современном

мире. Становилась все более ясной роль туризма в развитии международного сотрудничества, в транснациональном культурном общении, в развитии человечества в целом. В Манильской декларации берут начало многие современные концепции туризма, которые выходят за рамки сугубо коммерческого его понимания. На этой основе в 1985 г. были приняты два важнейших документа: Хартия туризма и Кодекс туриста. Они определяют главные принципы ведения туристского бизнеса в современном мире и статус туриста в глобальной культурной коммуникации. Конференция по туризму в Гааге в 1989 г., а также конференция министров по туризму в Осаке в 1995 г. отразили новые факторы туристского дела.

В 1999 г. Генеральная ассамблея ЮНВТО одобрила Глобальный этический кодекс туризма, в котором содержалась высокая оценка роли туризма в культурных коммуникациях и установлении глобального культурного пространства. Высокая общественная роль туризма выделяла эту область бизнеса как социально значимую, соответствующую глобальным вызовам времени. Данный Глобальный кодекс туризма развивал положения Кодекса туриста 1985 г. в отношении участия туризма в решении основных проблем, стоящих перед человечеством в новом тысячелетии. Фактически в нем формулировались принципы качественного туризма, который не истощает природные и культурные ресурсы планеты, а способствует их сохранению и преумножению.

Темы вопросов к обсуждению:

1. Инновации туристского продукта
2. Пакетный тур
3. Чартерные рейсы
4. Унификация и стандартизация
5. Информационные и рекламные инновации в туризме в XX веке

**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. Учебная дисциплина. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 1. Формирование сферы гостеприимства и туризма: мировой зарубежный опыт

Тема 1.1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий

3. Цели занятия.

-сформировать представление об основных периодах становления туризма и гостеприимства

- изучить принципы периодизации

- 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.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Географические открытия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Формирование инфраструктуры путешествий: дилижанс и гостиница.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Паспорт путешественника как условие безопасности 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)

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

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.
9. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Географические открытия.
10. Эпоха «круглой земли»: землепроходцы и открыватели новых земель. Типы путеводителей в новое время. Формирование инфраструктуры путешествий

1. Учебная дисциплина. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Тема 1.2. Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в

3. Цели занятия.

-сформировать представление об основных периодах становления туризма и гостеприимства

- изучить принципы периодизации

- 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.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Продвижение новых видов продуктов и сервиса в Европе Нового времени.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Сервис индустрии развлечений.	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: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых
2. Отдых у моря: динамика концепции пляжного отдыха
3. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис
4. Формирование спа-курортов и оздоровительного туризма
5. Ресторан и гостиница: история появления

6. Эпоха железных дорог и массового туризма.
7. Инновации гостиничного сервиса в XX веке.
8. Новые виды заведений питания в XX веке
9. Мировой туризм: риски и перспективы.
10. Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в XX в.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

Задания к разделу 2

1. Учебная дисциплина. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 2.1. Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России

3. Цели занятия.

-сформировать навыки анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи;

-сформировать навыки установления особенностей различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Издание путеводителей и карт нового типа в России.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Туризм как бизнес в имперской 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)

Форма практического задания: кейс-задание

Темы задания:

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.
5. Изучите значение терминов (землепроходцы, фронтир, пустынь, ям, ямщик), используя справочный материал

6. В чем состояла особенность маршрутов русских путешественников в эпоху Великих географических открытий?
7. В чем состояло сходство и различия ямской службы в России и почтовой службы в Европе?

1. Учебная дисциплина. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 2.2. Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодеятельный туризм.

3. Цели занятия.

-сформировать навыки анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи;

-сформировать навыки установления особенностей различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Деятельность общества пролетарского туризма и экскурсий по реализации концепции пролетарского туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Пролетарский туризм: сервис путешественника.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

Форма практического задания: кейс-задание

Варианты заданий:

Вариант 1.

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?

4. Перечислите факторы, которые препятствовали формированию международных стандартов сервиса в советской системе гостеприимства. Выделите те, которые не действовали в системе Интуриста.
5. На основе каких принципов осуществлялся социальный туризм?
6. В чем состояло политическое значение Интуриста?

Вариант 2.

1. Каким образом и в чем проявлялись идеологические задачи в молодежном и спортивном туризме в СССР?
2. Проанализируйте основные отличия ведомственного и самостоятельного туризма по предложенным параметрам.

Параметры сравнения	Ведомственный туризм	Самостоятельный 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.

6. В чем состоит отличие молодежного туризма от самостоятельного?

7. Каковы основания сервисного стандарта в исторических гостиницах и арт-отелях?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

Задания к разделу 3

1. Учебная дисциплина. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 3. Инновационные изменения в туризме в XX веке

Тема 3.1. Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке.

3. Цели занятия.

-сформировать навыки анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи;

-сформировать навыки установления особенностей различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инновации туристских перевозок.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Новые виды заведений питания в конце XIX – XX вв.	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: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

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

1. Учебная дисциплина. ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2. Тема практического (семинарского) занятия.

Раздел 3. Инновационные изменения в туризме в XX веке

Тема 3.2. Организационные структуры и правовые основания международного туризма

3. Цели занятия.

-сформировать навыки анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи;

-сформировать навыки установления особенностей различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Хартия туризма и Кодекс туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в конце XX - начале XXI в.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

6. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:

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.
3. Используя электронные информационные ресурсы, познакомьтесь с Глобальным этическим кодексом туризма 1999 г. Аргументируйте выделение этической стороны туризма в современном бизнесе.
4. 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).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Формирование сферы гостеприимства и туризма: мировой зарубежный опыт

Тема 1.1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий



Этапы

- Зарождение туризма – до 1841г.
- Становление организованного туризма 1841-1914г.
- Формирование туристской индустрии 1914-1945г.

Современный этап 1945-наше время



Странствия Синухета





Караван-сарай



Источник: <https://ppt-online.org/727760>

Тема 1.2. Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в

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.



Источник: https://s1.slide-share.ru/s_slide/35c92c85725f5f8c998188407e58d694/ec490bbd-fdcf-4eb6-a12c-ac6f47bc9597.jpeg

Учебный материал

Первые альпийские клубы

Австрийское альпийское общество, которое образовалось в марте 1862 г., поставило себе целью не только распространить сведения об Альпах, заключающихся в особенности в пределах Австрийской империи.

Французский альпийский клуб, существует с 1874 г.; такова его цель - исследование французской альпийской области, а также и других гор Франции, Пиренеев, Сиерра и др.

Альпийские клубы

Швейцарский альпийский клуб, существующий с апреля 1863 г., задано, главным образом, целью служить живым комментарием к топографическому атласу Швейцарии, изданному Дефуром

Английский альпийский клуб, был основан в 1867 году, но целью было исследование Альпийских гор

Источник: https://s1.slide-share.ru/s_slide/b144275c26921c1fff8f4b906aeebf0f/9c93c8cd-8ffc-4114-b974-878260767f75.jpeg

Исторические вехи туризма XX в.

Таблица 1. Суммарная доля туристов из стран в стабильном туристском потоке

№ п/п	1990 г.		1992 г.		1993 г.		1994 г.	
	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %	Страны	Доля, %
1-я группа								
1	США		Италия		Франция		Франция	
2	Канада		Канада		США		США	
3	Италия	74	Франция	43	Испания	41	Испания	39
4	Франция		Испания		Италия		Италия	
5	Швейцария		США		Венгрия		Великобритания	
2-я группа								
6	Нидерланды		Австрия		Австрия		Китай	
7	Австрия		ФРГ		Великобритания		Венгрия	
8	Испания	17	Швейцария	23	Япония	18	Япония	18
9	ФРГ		США		Германия		Польша	
10	Великобритания		Великобритания		Канада		Австрия	

Источник: https://s1.slide-share.ru/s_slide/44beddd0724fb062a69b2dcc3760aa9b/a1fc85af-f7f3-4ec1-8978-4daa385c18cd.jpeg

РАЗДЕЛ 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Тема 2.1. Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России

Деятельность Петра 1 (1689-1725)

- Валное посольство: 1697-98, Курляндия, Пруссия, Голландия, Англия, Австрия, Польша, 1717: Франция.
- создание первых музеев, Куштовера, общественных садов
- Сбруение подростков за границей: Париж, Марсель, Тулон, Лондон, Амстердам, Кадис, Венеция, Флоренция
- Стеленды
- 1755 Московский университет

Туристские клубы

- 1877г. Альпийский клуб в Тифлисе
- 80-ые 19в. «Кружок любителей природы, горного спорта и Крымских гор» или Крымско-Кавказский горный клуб, Ялта, проф. Головкинский Одесского ун-та, пропаганда, обустройство троп
- Штангеевская тропа : 8 верст, вост. склон Яйлы.
- Боткинская тропа.
- Чатырдаг первый приют
- Русское горное общество, М, СПб, 1898, ученые, Казбек
- Кавказское горное общество 1902 г., Пятигорск
- Владикавказский горный клуб 1909
- Интерес к Кавказу австрийцев, немцев

Источник: <https://ppt-online.org/448059>

Лечебный туризм

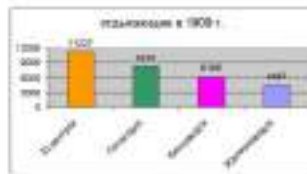
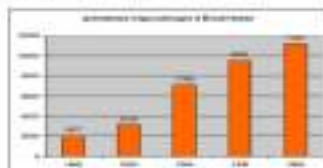
Минеральные воды в Кавказе
Минеральные воды, 1714г, 1719г
19 в. 0 местностей – Павлово,
Спарорусские, Пятицкие,
Сергиевские (Савара),
Болшевикские (Павлов), Бусачские
(Пятицкие)

Ессентуки, Кисловодск, Пятигорск
впервые оздоровили в 1717г
в 1798 г был открыт первый лечебный
санаторий

Бережья
Черноморское побережье Кавказа
Южное побережье Крыма

Перед Первой мировой войной 60
санаториев, одновременно 30000
человек

Всего до 1917 года в России вышло в
свет около 40 специализированных
туристских газет и журналов
различных типов.



Источник: <https://ppt-online.org/448059>

Тема 2.2. Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодеятельный туризм



Источник: <https://www.sonar2050.org/publications/turizm-v-sovetskom-soyuze/>



Источник: <https://novate.ru/blogs/140223/65535/>

Число туристов, выезжающих за рубеж из СССР	
Год	Количество в тыс.
1956	561
1960	730
1965	1 200
1970	1 800
1975	2 500
1980	4 000
1985	4 500
1991	10 819

Источник: https://www.olegarin.com/olegarin_articles/miscellania/ewExternalFiles/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%20%D0%B2%20%D0%A1%D0%A1%D0%A1%D0%A0%20%D0%B8%20%D0%A0%D0%A4-%20%D1%81%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B8%CC%86%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7_.pdf

РАЗДЕЛ 3. Инновационные изменения в туризме в XX веке

Тема 3.1. Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке.

Учебный материал Надежда Баванди
 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 самостоятельного туризма как одной из лучших форм активного отдыха, сочетающегося 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.



Источник: <https://ppt4web.ru/istorija/razvitie-turizma-v-sssr-pod-rukovodstvom-profsojuzov.html>

Тема 3.2. Организационные структуры и правовые основания международного туризма



Рисунок 1 – Линейная организационная структура управления туризмом

Источник: <https://ppt-online.org/452019>

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.

Источник: <https://present5.com/pravovoe-regulirovanie-mezhdunarodnogo-sotrudnichestva-v-oblasti-turizma-i/>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «26» февраля 2024 года	01.09.2024
2.	*		
3.	*		
4.	*		



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

К.К. Поздняков

29 февраля 2024 г.

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**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Безопасность и охрана труда в индустрии туризма и гостеприимства» разработаны 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 от 08.06.2017г № 515, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Ушакова Р.Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры ресторанный-гостиничного бизнеса и гастрономии Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от «26» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
кандидат экономических
наук, доцент



Р.Н. Ушаков

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	8
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	13
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	22
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	32
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	32
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	62
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	62
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	68
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	76

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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.

	<p>Государственные нормативные требования охраны труда. Техническое регулирование. Особенности регулирования труда женщин, подростков и инвалидов. Ответственность за нарушение законодательства.</p>
<p align="center">Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания</p>	
<p>Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 2.2 Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте</p>	<p>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 туристической индустрии, гостеприимства и общественного питания. Классификация профессиональных заболеваний. Порядок установления наличия профзаболеваний, порядок расследования и учета профзаболеваний. Анализ травматизма, профзаболеваний и их причины.</p>
<p align="center">Раздел 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания</p>	
<p>Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания</p>	<p>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,</p>

	<p>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 действия пропусков. Основные принципы режима охраны. Безопасность при проведении массовых мероприятий в гостинице.</p>
<p>Тема 3.2. Пожарная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания</p>	<p>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 vip-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</p>

	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.

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 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 ставится 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 фантастических. 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?

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

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/pryntsyppu-organizatsyy-ot/ohrana-truda-na-predpriatii-obsestvennogo-pitania.html>

¹Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).



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

Правовые основы охраны труда в организации

- **Охрана труда** - система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально-экономические, организационно-технические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия.
- **Производственная деятельность** - совокупность действий работников с применением средств труда, необходимых для превращения ресурсов в готовую продукцию, включающих в себя производство и переработку различных видов сырья, строительство, оказание различных видов услуг.

(ст. 209 ТК РФ)

5

Источник: <https://ppt-online.org/90858>



Источник: <https://образование-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>

Профилактика профессиональных заболеваний и травм

Основная задача упражнений профилактической направленности – повышение устойчивости организма к воздействию неблагоприятных факторов труда.

К ним относятся:

- Перенапряжение от тяжелой физической работы;
- Ограничение количества и объема движений;
- Монотония;
- Неудобная рабочая поза;
- Нервное перенапряжение;
- Вибрация, укачивание, неблагоприятные санитарные условия.



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**

НАША ПЛАНА ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ ПРОГРАММЫ «ИДЕНТИФИКАТОР» НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ НА ПРОИЗВОДСТВЕ

Нормативная база статьи 227 ТК РФ

Если травма, которую вы пережили, произошло на производстве (т.е. у вас есть и последствие или несчастный случай на производстве), вам положены следующие выплаты (по трудовому договору РФ, трудовому договору, договору вашей организации)

Решу поднимать несчастный случай на производстве, если:

- он произошел при выполнении работником трудовых обязанностей
- он произошел при выполнении работы по поручению работодателя
- он произошел при осуществлении иных производственных, обусловленных трудовыми отношениями с работодателем, либо совершаемых в его интересах
- наступившие вследствие несчастного случая утрачены трудоспособности более 3 дней

НЕСЧАСТНЫЙ СЛУЧАЙ СЧИТАЕТСЯ СВЯЗАННЫМ С ПРОИЗВОДСТВОМ, ЕСЛИ:

Работодатель – работа в течение всего рабочего дня в производственной деятельности работодателя, исполняющей обязанности по трудовому договору

В результате несчастного случая пострадавший получил:

- телесное повреждение (травма), в т.ч. увечья или другие увечья
- потерю уха, глаза, конечности, пальцев или других частей тела
- поражение электрическим током, молнией, излучением
- укусы и другие повреждения, нанесенные животными, насекомыми
- повреждения вследствие взрыва, пожара, разрыва или разрывов, опорожения конструкций, стекания жидкой и др. производственной жидкости
- иные повреждения здоровья от воздействия внешних факторов

События произошли:

- в течение рабочего времени на территории работодателя либо в связи с выполнением работы, в т.ч. во время установленных перерывов
- при опорожении в месте выполнения работы или с работными транспортными средствами, приносимыми работниками
- при использовании личного транспорта в служебных целях, оформлении должностных отправок
- при опорожении в месте нахождения работника
- при работе исключительного характера по поручению работодателя

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-neschastnykh-sluchaev-na-proizvodstve>



Источник: <https://www.ohrana-trud.ru/blog/rassledovanie-neschastnogo-sluchaya-na-proizvodstve-poryadok-dejstvij-sozдание-komissii-sroki-i-osobnosti-procedury/>

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/>

Террористические угрозы

- - прорыв террористической группы на территорию гостиничного предприятия и в его внутренние помещения с целью:
 - - захвата заложников;
 - - уничтожения гостей, посетителей и персонала гостиничного предприятия в местах возможного массового их нахождения (приемно-вестибюльная группа помещений, конференц-залы, рестораны и др.) с использованием огнестрельного и холодного оружия, различного вида боеприпасов;
 - - разрушение здания путем скрытного размещения взрывных устройств (ВУ) на этажах здания (включая технические этажи и помещения, подземные автостоянки и др.) или вблизи здания и их подрыва;
 - - проникновение террориста-одиночки на территорию гостиничного предприятия и в его внутренние помещения с целью уничтожения гостей, посетителей и персонала в местах возможного массового их нахождения (приемно-вестибюльная группа помещений, конференц-залы, рестораны и др.) путем подрыва размещенных под одеждой или в ручной клади ВУ;

- - таранный прорыв колесных транспортных средств, снабженных ВУ большой мощности, к зданию гостиничного предприятия с целью разрушения здания;
- - использование систем приточной вентиляции для распыления зловонных, отравляющих, ядовитых и радиоактивных веществ;
- - поджог здания;
- - вывод из строя оборудования систем обеспечения безопасности здания;
- - вывод из строя систем инженерного оборудования;
- - отравление (заражение) систем водоснабжения, продуктов питания;
- - искусственное распространение возбудителей инфекционных болезней.

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_bezопасnosti_turistskoy_organizatsii_s_ostavlyayuschie

Тема 4.2. Информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания



Источник: <https://www.google.ru/>

2. 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 насколько осознанно 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 x 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 окончании 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 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.

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. Объем 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. Объем 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. Объем 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. 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.

Трудоощащающая 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 необходимая 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 тарифно-квалификационного 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 x 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 производственных 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 обслуживаемых 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 организационно-технических 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-исследовательском* 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, характеризующаяся 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 морально-психологический 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 туристической индустрии 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 туристической 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 туристической индустрии (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 туристической отрасли для российской экономики.

Прогнозы WTTC относительно роста данной отрасли РФ в последующие десять лет:

- ежегодный рост доли туристической индустрии 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. *hospitium* — 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 туристических 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 осуществляется 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 туристской 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 достигать 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 0 °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 теплопотери 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 развиваться 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 ознобления (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 обслуживающего 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 комфорта.

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 выработать 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 VIP-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 постяльца;
- 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 здравого смысла. 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 информационной 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, неязвимость 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 туризма. 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 производственные 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 предоставляющих 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 благоприятной 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. Остановившись 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 записания;
- 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 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. _____ Ozдоровление 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 информационной 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/pryntsyppu-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

Правовые основы охраны труда в организации

- **Охрана труда** - система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально-экономические, организационно-технические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия.
- **Производственная деятельность** - совокупность действий работников с применением средств труда, необходимых для превращения ресурсов в готовую продукцию, включающих в себя производство и переработку различных видов сырья, строительство, *оказание различных видов услуг*.

(ст. 209 ТК РФ)

5

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>

Профилактика профессиональных заболеваний и травм

Основная задача упражнений профилактической направленности – повышение устойчивости организма к воздействию неблагоприятных факторов труда.

К ним относятся:

- Перенапряжение от тяжелой физической работы;
- Ограничение количества и объема движений;
- Монотония;
- Неудобная рабочая поза;
- Нервное перенапряжение;
- Вибрация, укачивание, неблагоприятные санитарные условия.



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

Наше право **КАКАЯ ТРАВМА СЧИТАЕТСЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ?**
«ИДЕНТИФИКАТОР» НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ НА ПРОИЗВОДСТВЕ
 Нормативная база статьи 227 ТК РФ.

Если травма, которую вы получили, произошло производственный, т.е. учитывать и расследовать как несчастный случай на производстве, вам должны возместить расходы на лечение (по трудовому договору РФ, производственному травматизму), а также, коллективно договориться с вашей организацией.

Работу подпадает несчастный случай на производстве, если:

- он произошел при выполнении работником трудовых обязанностей
- он произошел при выполнении работы по поручению работодателя
- он произошел при осуществлении иных производственных действий, обусловленных трудовыми отношениями с работодателем либо совершаемых в его интересах
- наступившим несчастным случаем стала утрачена трудоспособность более 3 дней

НЕСЧАСТНЫЙ СЛУЧАЙ СЧИТАЕТСЯ СВЯЗАННЫМ С ПРОИЗВОДСТВОМ, ЕСЛИ:

Пострадавший – работник организации, участвующий в процессе трудовой деятельности работодателя, исполняющий обязанности по трудовому договору

Если при работе несчастного случая пострадавший получил:

- телесные повреждения (травмы), в т.ч. связанные с другими видами
- тепловой удар, ожог, обморожение, травму вследствие утопления
- поражение электрическим током, молнией, излучением
- укусы и другие повреждения, нанесенные животными, насекомыми
- повреждения вследствие взрыва, аварии, разрыва сосуда, оборудования или конструкции, связанной с трудовой и др. производственной деятельностью
- иные повреждения здоровья от воздействия внешних факторов

События произошли:

- в течение рабочего времени на территории работодателя либо в связи с выполнением работы, в т.ч. во время установленных перерывов
- при опорожнении в месте выполнения работы или с работными транспортными средствами, при этом в интересах работодателя
- при использовании личного транспорта в служебных целях, оформленного должным образом
- при опорожнении в месте нахождения объекта
- при работе исключенными методами во время выполнения работы

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-neschastnykh-sluchaev-na-proizvodstve>



Источник: <https://www.ohrana-trud.ru/blog/rassledovanie-neschastnogo-sluchaya-na-proizvodstve-poryadok-dejstvij-sozдание-komissii-sroki-i-osobnosti-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/>

Террористические угрозы

- - прорыв террористической группы на территорию гостиничного предприятия и в его внутренние помещения с целью:
 - - захвата заложников;
 - - уничтожения гостей, посетителей и персонала гостиничного предприятия в местах возможного массового их нахождения (приемно-вестибюльная группа помещений, конференц-залы, рестораны и др.) с использованием огнестрельного и холодного оружия, различного вида боеприпасов;
 - - разрушение здания путем скрытного размещения взрывных устройств (ВУ) на этажах здания (включая технические этажи и помещения, подземные автостоянки и др.) или вблизи здания и их подрыва;
 - - проникновение террориста-одиночки на территорию гостиничного предприятия и в его внутренние помещения с целью уничтожения гостей, посетителей и персонала в местах возможного массового их нахождения (приемно-вестибюльная группа помещений, конференц-залы, рестораны и др.) путем подрыва размещенных под одеждой или в ручной клади ВУ;

- - таранный прорыв колесных транспортных средств, снабженных ВУ большой мощности, к зданию гостиничного предприятия с целью разрушения здания;
- - использование систем приточной вентиляции для распыления зловонных, отравляющих, ядовитых и радиоактивных веществ;
- - поджог здания;
- - вывод из строя оборудования систем обеспечения безопасности здания;
- - вывод из строя систем инженерного оборудования;
- - отравление (заражение) систем водоснабжения, продуктов питания;
- - искусственное распространение возбудителей инфекционных болезней.

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_s_ostavlyayuschie

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.	Методические материалы актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «26» февраля 2024 года	01.09.2024
2.			
3.			
4.			