

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебно-методической работе

А.А. Панфилов А.А. Панфилов

« *20* » *сентября* 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки **43.03.03 «Гостиничное дело»**

Профиль/программа подготовки **Гостиничная деятельность**

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Форма обучения **Заочная (2013, 2015 годы набора)**

Семестр	Трудоемкость зач. ед. / час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежу- точного контроля (экз./зачет)
7-ой	4 ЗЕ; 144	8	8	-	101	КР, Экзамен (27)
Итого	4 ЗЕ; 144	8	8	-	101	КР, Экзамен (27)

Владимир 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Стратегический менеджмент в гостиничном бизнесе» является формирование функциональной готовности бакалавра к использованию инструментов стратегического менеджмента в развитии гостиниц и иных средствах размещения и обеспечение их функционирования в отрасли.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления об особенностях стратегического управления гостиницами и иными средствами размещения в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды;
- приобрести теоретические знания и практические навыки по определению возникающих возможностей и по оценке угроз гостиницам и иным средствам размещения, исходя из анализа внешней среды и особенностей (сильных и слабых сторон) предприятий;
- выработать умение формулировать миссию и цели предприятия на основе стратегического анализа;
- изучить возможные варианты стратегий, методы разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии гостиницы и иного средства размещения;
- сформировать практические навыки разработки мероприятий по реализации стратегии с учетом возможности сопротивления изменениям;
- изучить методы стратегического контроля и разработки систем контроля реализации стратегии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Стратегический менеджмент в гостиничном бизнесе» относится к базовой (вариативной) части Блока 1 «Дисциплины (модули)», входящей в программу обучения бакалавров по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело». Реализуется в 7 семестре в объеме 144 часа.

Необходимым требованиям к «входным» знаниям, умениям и готовностям студента при освоении данной дисциплины являются: предшествующее освоение знаний, умений и компетенций по дисциплинам «Сервисная деятельность», «Технологии гостиничной деятельности», «Гостиничный менеджмент».

Из дисциплин профессионального цикла (Б.1) имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами: Гостиничный менеджмент, Организация гостиничного дела, Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг, Маркетинг гостиничного предприятия.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует следующие компетенции:

1. Профессиональные:

- *организационно-управленческая деятельность:*
- готовность к разработке и предоставлению гостиничного продукта, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий (ПК-2);
- готовностью анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы (ПК-4);
- *научно-исследовательская деятельность:*

- способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК-9);
- *проектная деятельность*:
- готовность самостоятельно находить и использовать различные информации для осуществления проектной деятельности и формирования гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителя (ПК-13).
- *дополнительные профессиональные компетенции*:
- готовностью к разработке и реализации стратегии развития гостиничного комплекса а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих его устойчивое развитие (ДПК-1).

В результате освоения дисциплины «Стратегический менеджмент в гостиничном бизнесе» обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- функции, принципы и сущность стратегического менеджмента;
- методы анализа макросреды организации (ПК-9);
- методы управленческого анализа (ПК-4);
- методы определения и прогнозирования конкурентоспособности организаций, товаров и услуг (ПК-9);
- методы портфельного анализа (ПК-4);
- формы статистической, финансовой и другой отчетности в индустрии гостеприимства (ПК-4);
- основы риск-менеджмента и антикризисного управления (ПК-9);
- основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничного предприятия (ПК-13).

Уметь:

- определять миссию и цель развития гостиничного комплекса (ПК-2);
- формировать конкурентоспособную стратегию развития гостиничного комплекса (ДПК-1);
- собирать, обрабатывать и анализировать информацию о факторах внешней и внутренней среды гостиничного комплекса, необходимых для принятия стратегических и оперативных управленческих решений (ПК-4);
- организовывать системы мониторинга внешней и внутренней среды гостиничного комплекса (ПК-9);
- оценивать эффективность реализации стратегии развития гостиничного комплекса (ПК-4);
- выявлять стратегические проблемы развития гостиничного комплекса и разработка мер по их устранению (ПК-4);
- реализовывать стратегию гостиничного комплекса, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих его устойчивое развитие (ДПК-1);
- разрабатывать и принимать управленческие решений по повышению конкурентоспособности и развитию гостиничного комплекса (ПК-2).

Владеть:

- навыками создания и ведения баз данных по различным показателям деятельности гостиничного комплекса (ПК-4);
- навыками организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса (ПК-4);
- методиками стратегического и ситуационного анализа и оценки результатов деятельности гостиничного комплекса (ПК-4);

- навыками применения техники количественной оценки, анализа и презентации информации о гостиничном продукте (ПК-4);
- навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства (ПК-9);
- методиками разработки корпоративной и функциональных стратегий (ДПК-1);
- методами организационной диагностики и организационного проектирования гостиничного комплекса (ПК-13).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС		
1	Введение в стратегический гостиничный менеджмент	7	1				14	1/100	
2	Характеристика основных элементов процесса разработки и реализации стратегии	7					14		
3	Стратегический анализ внешней среды	7	2	2			14	2/50	
4	Анализ внутренней среды	7	2	2			14	2/50	
5	Анализ методов определения конкурентоспособности. Портфельный анализ	7	2	2			14	2/50	
6	Стратегический выбор	7	1	2			14	1/33,3	
7	Реализация стратегии и контроль ее выполнения	7					17		
	Всего за семестр	7	8	8			101	8/50	Экзамен (27)

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в стратегический гостиничный менеджмент

Основные понятия, используемые в стратегическом менеджменте. Школы стратегического менеджмента. Объекты стратегического менеджмента. Функции стратегического менеджмента. Принципы стратегического менеджмента.

Тема 2. Характеристика основных элементов процесса разработки стратегии

Стратегическое видение. Миссия. Цели и задачи организации. Стратегия организации.

Тема 3. Характеристика основных элементов процесса реализации стратегии
Политика организации. Стратегическая единица бизнеса. Стратегическое решение. Система планов и основные составляющие элементы ее реализации.

Тема 4. Стратегический анализ внешней среды

Цели основные направления анализа внешней среды. Методы анализа внешней среды: с использованием группировки факторов, с использованием специальной системы EFAS. Отраслевой анализ. Анализ потребителя.

Тема 5. Анализ внутренней среды

Основные направления проведения управленческого анализа. Методы управленческого анализа. Методы одновременного анализа внутренней и внешней среды.

Тема 6. Анализ методов определения конкурентоспособности. Портфельный анализ

Термины конкурентоспособности. Факторы (критерии) конкурентоспособности. Методы определения конкурентоспособности. Оценка уровня конкурентоспособности.

Тема 7. Стратегический выбор

Корпоративные стратегии. Деловые стратегии. Функциональные стратегии.

Тема 8. Реализация стратегии и контроль ее выполнения

Разработка политики организации. Бюджетирование как основа реализации стратегии. Построение сбалансированной системы показателей. Бизнес-план. Контроль реализации стратегии

Перечень тем практических занятий

1	Стратегический анализ внешней среды гостиничного предприятия	2
2	Анализ внутренней среды гостиничного предприятия	2
3	Анализ методов определения конкурентоспособности. Портфельный анализ	2
4	Стратегический выбор	2

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

- опережающая самостоятельная работа – изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях;
- *case-study* – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности и поиск вариантов лучших решений;
- *проблемное обучение* – стимулирование студентов к самостоятельной «генерации» знаний, умений и навыков, необходимых для решения конкретной проблемы;
- *контекстное обучение* – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением;
- *обучение на основе опыта* – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации его собственного опыта с предметом изучения.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студента (вне аудитории)

Самостоятельная работа студентов призвана сформировать у него такие знания, уме-

ния и навыки, которые способствуют становлению научно подготовленного специалиста, квалифицированно и ответственно выполняющего на практике свои профессиональные обязанности.

В связи с этим, студент выполняет следующие виды самостоятельной работы:

1. *Подготовка к лекциям.* Студент должен иметь потенциальный запас знаний по теме будущей лекции. Для этого необходимо:

- ознакомиться с лекционным материалом, изложенным в учебниках, электронных источниках и т.п.;
- изучить категории и понятия, которые будут использованы в лекции;
- ознакомиться с дискуссионными проблемами будущей лекции;
- подготовить вопросы, требующие разъяснения или объяснения в ходе изложения лекции.

2. *Подготовка к практическим занятиям.* Практическое занятие – одна из широко применимых форм изучения учебного материала, заключающаяся в организованном обсуждении поставленных вопросов. На них обучающиеся углубляют, систематизируют и закрепляют знания, полученные на других видах занятий и в ходе самостоятельной работы. Подготовка к практическим занятиям предполагает:

- изучение материалов лекций, учебников, учебных пособий, первоисточников и материалов в электронных средствах информации;
- формирование умения выделять проблемные вопросы, отвечать по существу на поставленный вопрос, как в плане практического занятия, так и в индивидуальном задании студенту;
- формирование умения обобщать изучаемый материал, а также строить достаточно убедительные и аргументированные, обоснованные выводы;
- выработка навыков самостоятельного поиска научной информации, умения составлять библиографию или список литературы по теме, умения цитировать первоисточники по изучаемой проблеме, которые необходимы при составлении докладов, эссе, презентаций проектов и других видов сообщений.

3. *Самостоятельная работа при подготовке к различным формам промежуточного контроля знаний:*

- осмысление и систематизация знаний, полученных на лекциях, практических занятиях, в ходе самостоятельной работы;
- знакомство с вопросами для самоконтроля и их уяснение;
- обращение к ранее изученным материалам по курсу;
- выделение непонятных вопросов и обращение за консультацией к преподавателю.

Изучение данной дисциплины предполагает выполнение следующих видов самостоятельной работы студентов:

- ознакомиться с лекционным материалом, изложенным в учебниках, электронных источниках и т.п.;
- выполнение тестовых заданий;
- самостоятельное решение задач;
- изучение основной и дополнительной литературы;
- выполнение контрольной работы по теме «Экономические ресурсы гостиничного предприятия» (работа расчетного типа выполняется по вариантам на базе рабочей тетради).

Темы вынесенные на самостоятельное изучение:

Тема 1. Характеристика основных элементов процесса разработки стратегии

Стратегическое видение. Миссия. Цели и задачи организации. Стратегия организации.

Тема 2. Реализация стратегии и контроль ее выполнения

Разработка политики организации. Бюджетирование как основа реализации стратегии. Построение сбалансированной системы показателей. Бизнес-план. Контроль реализации стратегии

Контрольные вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Вопросы к экзамену

1. Сформулируйте основное содержание структурной теории развития спроса в гостиничном бизнесе и определите место российской гостиничной отрасли в этом процессе.
2. Охарактеризуйте особенности применения количественной теории стратегических изменений в гостиничном бизнесе
3. В чем проявляется стратегия глобализация?
4. В чем проявляется стратегия развития гостиничного продукта?
5. В чем проявляется стратегия дифференциации?
6. В чем проявляется стратегия лидерства по издержкам?
7. В чем проявляется стратегия применения новых технологий?
8. В чем проявляется стратегия развития торговая марка?
9. В чем проявляется стратегия объединение торговых марок?
10. В чем проявляется стратегия международного маркетинга?
11. В чем проявляется стратегия национальной торговой марки?
12. В чем проявляется стратегия интеграции вертикально, горизонтально, «вперед» и «назад»?
13. В чем проявляется стратегия специализации?
14. В чем проявляется стратегия независимой гостиницы?
15. В чем проявляется стратегия франчайзинга?
16. В чем проявляется стратегия управление по контракту?
17. В чем проявляется стратегия удержания клиента?
18. В чем проявляется стратегия роста?
19. В чем проявляется стратегия консолидации/слияния/поглощения?
20. В чем проявляется стратегия повышения стоимости компании?
21. Что означает стратегия диверсификации гостиничного продукта?
22. Назовите школы стратегий, имеющие прескриптивный характер.
23. Чем отличаются принципы оценки внешней среды, используемые школой дизайна, от принципов, используемых школой предпринимательства?
24. Кто отвечает за формирование стратегий в соответствии с рекомендациями школы позиционирования?
25. Какова роль плановиков в концепции школы внешней среды?
26. Могут ли принципы когнитивной школы быть использованы другими школами?
27. Как вы оцениваете концепцию школы власти с позиции добросовестной конкуренции?
28. Должны ли быть использованы принципы школы культуры в современных российских условиях? Что для этого, по вашему мнению, следует предпринять на уровне федеральной власти?
29. Назовите критерии сходства и различия школ стратегий.
30. Сформулируйте понятие экономической стратегии и изложите её цели и задачи.
31. Место и роль экономической стратегии в стратегическом управлении предприятием.
32. Охарактеризуйте направления деятельности фирмы по выработке правил и приемов эффективной разработке и реализации экономической стратеги.

33. Объясните модель взаимосвязи экономической стратегии со стратегическими целями предприятия.
34. Охарактеризуйте классификационную модель составляющих экономической стратегии достижения экономической прибыли.
35. Охарактеризуйте классификационную модель составляющих экономической стратегии увеличения рыночной доли.
36. Охарактеризуйте классификационную модель составляющих экономической стратегии увеличения стоимости/ценности компании.
37. Объясните содержание этапа процесса формирования экономической стратегии «Определение составляющих экономической стратегии».
38. Объясните содержание этапа процесса формирования экономической стратегии «Определение составляющих экономической стратегии».
39. Объясните содержание этапа процесса формирования экономической стратегии «Определение этапов жизненного цикла создания составляющих стратегии».
40. Охарактеризуйте цепочку нарастания издержек и индустрии гостеприимства и туризма и способы сокращения издержек.
41. Перечислите и охарактеризуйте стратегии дифференцированного ценообразования.
42. Перечислите и охарактеризуйте стратегии ассортиментного ценообразования.
43. Перечислите и охарактеризуйте стратегии конкурентного ценообразования.
44. Перечислите и охарактеризуйте восемь этапов построения стратегии ценообразования.
45. В чем заключается смысл экономической эффективности по В. Парето?
46. Охарактеризуйте факторы, определяющие количество требуемых ресурсов.
47. В чём логистика управления приобретением материальных ресурсов?
48. Объясните модель построения стратегии взаимодействия с рынками производственных ресурсов.
49. Охарактеризуйте стадии развития компании и особенности мотивации на каждой стадии.
50. Охарактеризуйте этапы разработки стратегии мотивации.
51. Охарактеризуйте цели мотивации и способы их достижения.
52. Объясните традиционный метод мотивации персонала.
53. Охарактеризуйте метод мотивации на основе концепция Balanced Score Card (система сбалансированных показателей Д. Нортон и Р. Каплана).
54. Объясните метод мотивации на основе стоимостного подхода к управлению компанией.
55. Объясните суть стратегии финансового оздоровления.
56. Охарактеризуйте этапы построения стратегии финансового оздоровления.
57. Охарактеризуйте «5 сил конкуренции» и возникающие конкурентные ситуации.
58. Охарактеризуйте уровни конкурентной стратегии.
59. Объясните составляющие стратегии конкуренции: лидерство по издержкам, дифференциации и фокусирование.
60. Охарактеризуйте этапы построения стратегии конкуренции.
61. Охарактеризуйте состав элементов системы качества в предприятии ИГиТ.
62. Объясните матрицу базовых стратегий роста «товар-рынок».
63. Объясните особенности стратегии усиления позиций на рынке для малых фирм.
64. Объясните особенности стратегии усиления позиций на рынке для средних фирм.
65. Объясните особенности стратегии усиления позиций на рынке для крупных фирм.
66. Охарактеризуйте этапы проведения портфельного анализа.
67. Объясните метод портфельного анализа на основа матрицы Бостонской консалтинговой группы.
68. Объясните суть глобализации и её воздействие на мировую экономику.

69. В чём заключается стратегия глобализации, охарактеризуйте её основные направления.
70. Охарактеризуйте основные принципы построения инвестиционной стратегии.
71. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы процесса разработки инвестиционной стратегии предприятия
72. Каковы требования к формированию целей инвестиционной стратегии?
73. Объясните стратегию экономического роста через создание совместного предприятия.
74. Объясните стратегию экономического роста через поглощение предприятий.
75. Объясните стратегию экономического роста через слияние предприятий.

Вопросы для контроля самостоятельной работы студента

1. В чем проявляется стратегия глобализация?
2. В чем проявляется стратегия развития гостиничного продукта?
3. В чем проявляется стратегия дифференциации?
4. В чем проявляется стратегия лидерства по издержкам?
5. В чем проявляется стратегия применения новых технологий?
6. В чем проявляется стратегия развития торговая марка?
7. В чем проявляется стратегия объединение торговых марок?
8. В чем проявляется стратегия международного маркетинга?
9. В чем проявляется стратегия национальной торговой марки?
10. В чем проявляется стратегия интеграции вертикально, горизонтально, «вперед» и «назад»?
11. В чем проявляется стратегия специализации?
12. В чем проявляется стратегия независимой гостиницы?
13. В чем проявляется стратегия франчайзинга?
14. В чем проявляется стратегия управление по контракту?
15. В чем проявляется стратегия удержания клиента?
16. В чем проявляется стратегия роста?
17. Назовите школы стратегий, имеющие прескриптивный характер.
18. Чем отличаются принципы оценки внешней среды, используемые школой дизайна, от принципов, используемых школой предпринимательства?
19. Кто отвечает за формирование стратегий в соответствии с рекомендациями школы позиционирования?
20. Какова роль плановиков в концепции школы внешней среды?
21. Могут ли принципы когнитивной школы быть использованы другими школами?
22. Как вы оцениваете концепцию школы власти с позиции добросовестной конкуренции?
23. Должны ли быть использованы принципы школы культуры в современных российских условиях? Что для этого, по вашему мнению, следует предпринять на уровне федеральной власти?
24. Назовите критерии сходства и различия школ стратегий.
25. Сформулируйте понятие экономической стратегии и изложите её цели и задачи.
26. Место и роль экономической стратегии в стратегическом управлении предприятием.
27. Охарактеризуйте направления деятельности фирмы по выработке правил и приемов эффективной разработке и реализации экономической стратегии.
28. Объясните модель взаимосвязи экономической стратегии со стратегическими целями предприятия.
29. Охарактеризуйте классификационную модель составляющих экономической стратегии достижения экономической прибыли.

30. Охарактеризуйте классификационную модель составляющих экономической стратегии увеличения рыночной доли.
31. Охарактеризуйте классификационную модель составляющих экономической стратегии увеличения стоимости/ценности компании.
32. Охарактеризуйте метод мотивации на основе концепция Balanced Score Card (система сбалансированных показателей Д. Нортон и Р. Каплана).
33. Объясните метод мотивации на основе стоимостного подхода к управлению компанией.
34. Объясните суть стратегии финансового оздоровления.
35. Охарактеризуйте этапы построения стратегии финансового оздоровления.
36. Охарактеризуйте «5 сил конкуренции» и возникающие конкурентные ситуации.
37. Охарактеризуйте уровни конкурентной стратегии.
38. Объясните составляющие стратегии конкуренции: лидерство по издержкам, дифференциации и фокусирование.
39. Охарактеризуйте этапы построения стратегии конкуренции.
40. Охарактеризуйте состав элементов системы качества в предприятии ИГиТ.
41. Объясните матрицу базовых стратегий роста «товар-рынок».

Темы курсовых работ по дисциплине

«Стратегический менеджмент в гостиничном бизнесе»

1. Виды стратегий, применяемых в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
2. Система стратегического управления в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
3. Анализ внешней среды гостиничных предприятий (на примере конкретной гостиницы).
4. Анализ внутренней среды гостиничных предприятий (на примере конкретной гостиницы).
5. Проведение стратегических исследований в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
6. Организация деятельности по разработке стратегии в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
7. Разработка миссии гостиничного предприятия (на примере конкретной гостиницы).
8. Разработка инновационной стратегии в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
13. Стратегический маркетинг гостиничных предприятий (на примере конкретной гостиницы).
14. Применение маркетинговых стратегий в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
15. Стратегия повышения конкурентоспособности в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
16. Система контроля за стратегической деятельностью гостиничных предприятий (на примере конкретной гостиницы).
17. Планирование маркетинговой деятельности гостиничных предприятий (на примере конкретной гостиницы).
18. Разработка бизнес-плана гостиничных предприятий (на примере конкретной гостиницы).
19. Стили и принципы управления, применяемые при разработке стратегий гостиничных предприятий (на примере конкретной гостиницы).
20. Построение иерархии стратегических целей в организации гостиничных предприятий (на примере конкретной гостиницы).

21. Реализация стратегий применяемых гостиничными предприятиями (на примере конкретной гостиницы).
25. Стратегический контроль в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
26. Разработка ценовой стратегии в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы)
27. Организация рекламной компании в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).
28. Оценка проведения мероприятий по рекламе в гостиничных предприятиях (на примере конкретной гостиницы).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов / А. Н. Фомичев. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", - 468 с. ISBN 978-5-394-01974-6. – 2014. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394019746.html>
2. Полухина, А.Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А.Н. Полухина. - Йошкар-Ола : ПГТУ - 220 с. – 2012. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277048>
3. Лесник А.Л. Гостиничный менеджмент: политика ценообразования и управления доходом: учебное пособие. – М: ИЦ "Интермедия". – 271 с. - ISBN: 978-5-4383-0044-1. – 2014. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=225940

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Б.Т. Кузнецов. - М. : Юнити-Дана, - 623 с. - ISBN 978-5-238-01209-4. - 2015. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117473>
2. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд ; под ред. М.И. Соколовой, Л.Г. Зайцева. - М. : Юнити-Дана, - 577 с. - ISBN 5-85173-059-5. – 2015. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436856>
3. Стратегический менеджмент : [электронный ресурс] учеб.пособие / А.И. Долгов, Е.А. Прокопенко. - 3-е изд., стереотип. - М. : ФЛИНТА : МПСИ.- 280 с. – 2011. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976501461.html>
4. Розин М. Успех без стратегии: Технологии гибкого менеджмента / Марк Розин. - М.: Альпина Паблишерз, - 332 с. ISBN 978-5-9614-1357-1. 2011. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961413571.html>

в) периодические издания

1. Журнал «Академия гостеприимства»
2. Журнал «Отель»
3. Журнал «Современный отель»

г) Интернет-ресурсы

1. Информационно-справочные отраслевые Интернет-порталы по гостиничному бизнесу.
2. «Вестник РАТА» - электронный журнал;
3. UNWTO NEWS.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебный процесс по дисциплине обеспечен всеми необходимыми материально-техническими ресурсами:

1. Лекционная аудитория, оснащенная мультимедиа-проектором.
2. Аудитории для проведения практических занятий, отражающих научную и прикладную проблематику данного курса.
3. Полный комплект демонстрационных материалов, включая слайд-лекции, видеотренинги.
4. Библиотека ВлГУ.

Примечание: В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело»

Рабочую программу составил

Давыд М. В. Земсков

Рецензент

директор ООО 'Мономах'



А. А. Коровина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры КиГ
протокол № 8 от 18.01.2016 года.

Заведующий кафедрой: к.э.н., доцент О. Б. Ярьс О. Б. Ярьс

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 43.03.03 «Гостиничное дело»

протокол № 3 от 20.01.2016 года.

Председатель комиссии

Полоцкая

О. П. Полоцкая