

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВ И ТУРИЗМА»
(ГБОУ ВО РК «КУКИиТ»)**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Кафедра туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности**

УТВЕРЖДАЮ

Председатель учебно-методического
совета ГБОУ ВО РК «Крымский
университет культуры, искусств и
туризма»


Г.Ф. Ващенко
протокол УМС от 14.05.2026 № 6

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.06 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ

Направление подготовки
43.04.02 Туризм

Программа магистратуры Технология организации международного и внутреннего
туризма

Квалификация Магистр

Форма обучения
очная, заочная

Нормативный срок освоения
Основной профессиональной образовательной программы 2 года/2 года 6 месяцев

Симферополь, 2026

Рабочая программа дисциплины Б1.В.06 Стратегический менеджмент в туризме разработана для обучающихся по направлению подготовки 43.04.02 Туризм.

Программа составлена в соответствии с Основной профессиональной образовательной программой, утвержденной Ученым советом ГБОУ ВО РК «КУКИиТ» протокол от 27.05.2026г. № 5, разработанной на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 г. №556.

Рабочая программа дисциплины разработана:

кандидат экономических наук,

доцент кафедры туризма, менеджмента

и социально-культурной деятельности

/С.В. Чими́рис/

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности протокол от 22.04.2026г. № 10

Заведующий кафедрой

/Э. Э. Ибрагимов/

Представители работодателя:

ООО ТК «Спарта Крым»

Коммерческий директор

/К. А. Загу́менная/



1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Стратегический менеджмент в туризме» является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки магистров по направлению подготовки **43.04.02 Туризм** (магистерская программа «Технология организации международного и внутреннего туризма»).

Цель дисциплины: Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент в туризме» предполагает объективный целостный подход к анализу жизнедеятельности общества и личности. Цель изучения дисциплины – дать обучающимся знания в области теории и практики стратегического управления как современной концепции управления организацией в условиях высокой степени изменчивости и непредсказуемости среды. Реализация поставленной цели предполагает развитие у магистрантов стратегического мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе: навыков формирования и выбора стратегических альтернатив развития компании.

Задачи дисциплины:

Подготовить будущих магистров к использованию полученных знаний и умений в практической работе; знать особенности и уметь применять теоретические знания и методологию осуществления стратегического менеджмента в туризме;

сформировать фундаментальные знания теории и навыки применения стратегического менеджмента в туризме;

приобщить к использованию теории и методологии стратегического менеджмента в туризме;

дать представление о теоретических особенностях и направлениях применения стратегического менеджмента в туризме.

Общая трудоёмкость дисциплины «Стратегический менеджмент в туризме» составляет 3 зачётные единицы (далее – з.е.), 108 часов.

Для очной формы подготовки магистров по направлению подготовки 43.04.02 Туризм: лекционные занятия – 12 часов, практические занятия – 12 часов, самостоятельная работа – 48 часов, контроль – 36 часов.

Для заочной формы магистров по направлению подготовки 43.04.02 Туризм: лекционные занятия – 4 часа, практические занятия – 4 часа, самостоятельная работа – 91 час, контроль – 9 часов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся:

Шифр и содержание компетенции	Знать	уметь	владеть
- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1)	теоретико-методологические концепции стратегического менеджмента	определять стратегические задачи в управлении туристским предприятием	практическими навыками разработки стратегии для конкретных объектов управления
- владеть технологиями управления персоналом, методами оценки его деятельности на предприятиях отрасли туризма	особенности технологий управления персоналом, методы оценки его деятельности на предприятиях отрасли туризма	осуществлять управление персоналом, методами оценки его деятельности на предприятиях отрасли туризма	навыками и приемами управления персоналом, методами оценки его деятельности на предприятиях отрасли туризма

(ПК-4)			
готовность реализовывать передовые технологии научно-исследовательской деятельности в туристской индустрии (ПК-7)	методику и способы реализации передовых технологий научно-исследовательской деятельности в туристской индустрии	осуществлять реализацию передовых технологий научно-исследовательской деятельности в туристской индустрии	навыками реализации передовых технологий научно-исследовательской деятельности в туристской индустрии

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Код УД ОПОП	Учебный блок
Б1	Дисциплины (модули)
Б1.В	Вариативная часть
Б1.В.06	Стратегический менеджмент в туризме

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся по направлению подготовки 43.04.02 Туризм

Для очной формы обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры			
			1	2	3	4
Аудиторные занятия (Ауд) (всего)		24				24
в том числе						
Лекции (Лек)		12				12
Семинарские занятия (С)						
Практические занятия (Пр)		12				12
Самостоятельная работа обучающегося (СРО) (всего)		48				48
Промежуточная аттестация						
Контроль		36				36
Зачет (Зач)						
Экзамен (Экз)		+				+
Курсовая работа (Кур)						
Контрольная работа (КР)						
Общая трудоемкость	3 з.е.	108				108

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры				
			1	2	3	4	5
Аудиторные занятия (Ауд) (всего)		8	8				
в том числе							
Лекции (Лек)		4	4				
Семинарские занятия (С)							
Практические занятия (Пр)		4	4				

Самостоятельная работа обучающегося (СРО) (всего)		91	91				
Промежуточная аттестация							
Контроль		9	9				
Зачет (Зач)							
Экзамен (Экз)		+					
Курсовая работа (Кур)							
Контрольная работа (КР)							
Общая трудоемкость	3 з.е.	108	108				

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины, структурированное по темам

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание дисциплины по темам
1.	Раздел 1. Сущность и особенности стратегического управления.	1.1. Тема 1. Основы стратегического управления. Стратегия. Менеджмент. Планирование. Стратегическое планирование. Рыночные ресурсы. Оперативные ресурсы. Финансовые ресурсы. Человеческие ресурсы. Виды стратегии. Базовая стратегия. Конкурентная стратегия. Портфельная стратегия. Функциональная стратегия.
		1.2. Тема 2. Структура и уровни процесса стратегического управления. Менеджмент. Стратегический менеджмент. Основные этапы стратегического управления. Стратегический менеджер. Корпоративная стратегия. Стратегия сзх. Функциональная стратегия. Оперативная стратегия.
		1.3. Тема 3. Стратегическое управление в современных условиях. Стратегия. Система стратегических решений. Разработка стратегии. Критерии для оценки стратегии корпорации. Товарный рынок. Уровень инвестиций. Функциональные стратегии. Стратегический маркетинг. Позиционирование. Сегментация.
		1.4. Тема 4. Разработка стратегии организации. Стратегический анализ. Поставщики ресурсов. Потребители. Посредники. Конкуренты. Государственные структуры. SWOT-анализ. Анализ перекрестного воздействия. Матрица «вероятность – воздействие». Перекрестная матрица «возможности и угрозы – сильные и слабые стороны фирмы». Стратегические зоны хозяйствования (СХЗ). Стратегические бизнес-единицы (СБЕ).
2.	Раздел 2. Конкурентоспособность и школы стратегий	2.1. Тема 5. Стратегия конкурентоспособности. Конкурентный анализ. Отраслевая конкуренция. Уровень «выходных барьеров». Потенциальные конкуренты. Соотношение уровней «входных» и «выходных» рыночных. Внутрифирменная диагностика. Диагностика внутренней среды. Маркетинговый потенциал. Элементы маркетинг-микса. Финансовый потенциал.

	Производственный потенциал. Кадровый потенциал. Культура и имидж организации. Потенциал общефирменного управления.
	2.2. Тема 6. Предписывающие школы стратегий. Школа дизайна. SWOT анализ. Модель школы дизайна. Школа планирования. Стратегическое планирование. Позиция высшего руководства организации. Модель стратегического планирования. Школа позиционирования. Матрица рост-доля рынка
	2.3. Тема 7. Описательные школы стратегий. Школа предпринимательства. Стратегическое мышление «как зрение». Когнитивная школа. Школа обучения. Школа власти. Школа культуры. Школа внешней среды. Школа конфигурации.

5.2. Разделы дисциплин с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий по направлению подготовки 43.04.02 Туризм

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Количество часов				
		очная форма/ заочная форма				
		Всего	в том числе			
			Лек	Пр	СРО	Контр оль
1	Раздел 1. Сущность и особенности стратегического управления	40/58	8/4	8/2	24/52	
	Тема 1. Основы стратегического управления	10/15	2/2	2/0	6/13	
	Тема 2. Структура и уровни процесса стратегического управления	10/13	2/0	2/0	6/13	
	Тема 3. Стратегическое управление в современных условиях	10/13	2/0	2/0	6/13	
	Тема 4. Разработка стратегии организации	10/17	2/2	2/2	6/13	
2	Раздел 2. Конкурентоспособность и школы стратегий	32/41	4/0	4/2	24/39	
	Тема 5. Стратегия конкурентоспособности.	10/15	0/0	2/2	8/13	
	Тема 6. Предписывающие школы стратегий.	12/13	2/0	2/0	8/13	
	Тема 7. Описательные школы стратегий	10/13	2/0	0/0	8/13	
3	Промежуточная аттестация - экзамен	36/9				36/9
4	Итого часов	108/108	12/4	12/4	48/91	36/9

5.3. Содержание программы по темам и видам занятий

5.3.1. Содержание программы по темам и видам занятий для очной формы обучения по направлению подготовки 43.04.02 Туризм

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Виды учебных занятий и учебные вопросы
1	2	3	4
	1. Сущность и особенности стратегического управления		

1.	Тема 1. Основы стратегического управления	Л-2ч. Пр-2ч.	Лекция 1 1. Основные положения разработки стратегии 2. Виды стратегии 3. Стратегия и развитие организаций 4. Формулирование стратегических намерений Практическое занятие 1 1. Особенности и история развития стратегического менеджмента в туризме. 2. Понятие и стратегии интеграции организации. 3. Эффективность интеграции организационных и хозяйственных структур предприятий туризма. 4. Перемены в силу противоречивости обстоятельств. 5. Организационная структура как элемент формирования стратегии туристского предприятия.
2.	Тема 2. Структура и уровни процесса стратегического управления	Л-2ч. Пр-2ч.	Лекция 2 1. Сущность стратегического менеджмента. 2. Основные требования к стратегическому менеджеру. 3. Основные этапы стратегического управления. 4. Основные организационные уровни разработки стратегии. Практическое занятие 2 1. Определение целей и стратегии корпорации. 2. Разработка организационной структуры управления компанией и индивидуальная расстановка работников для заполнения ключевых позиций.
3.	Тема 3. Стратегическое управление в современных условиях	Л-2ч. Пр -2ч.	Лекция 3 1. Сущность стратегического менеджмента. 2. Основные требования к стратегическому менеджеру. 3. Основные этапы стратегического управления. 4. Основные организационные уровни разработки стратегии. Практическое занятие 3 1. Основные организационные модели транснациональных туристских корпораций. 2. Структура международного отдела (службы). 3. Территориальная структура. 4. Технологическая структура. 5. Выбор организационной структуры транснациональной туристской компании.

4.	Тема 4. Разработка стратегии организации	Л-2ч. Пр -2ч.	Лекция 4 1. Стратегический анализ организационной среды 2. Выделение стратегических зон хозяйствования и стратегических бизнес-единиц 3. Анализ привлекательности стратегической зоны хозяйствования Практическое занятие 4 1. Увеличение прибыли. 2. Факторы роста прибыли. 3. Препятствия для роста объема прибыли.
2. Конкурентоспособность и школы стратегий			
5.	Тема 5. Стратегия конкурентоспо- собности	Л-0 ч. Пр.-2 ч.	Практическое занятие 5 1. Конкурентный анализ 2. Внутрифирменная диагностика 3. Концепция жизненного цикла туристского продукта. 4. Ошибки в управлении жизненным циклом туристского продукта. 5. Измерение контроля жизненного цикла туристского продукта. 6. Эффективное регулирование жизненного цикла туристского продукта. 7. Анализ жизненного цикла туристского продукта.
6.	Тема 6. Предписывающи е школы стратегий	Л-2 ч. Пр.-2 ч.	Лекция 5 1. Школа дизайна 2. Школа планирования 3. Школа позиционирования Практическое занятие 6 1. Критические проблемы руководства туристской компанией. 2. Стратегия технологических основ бизнеса. 3. Виды исследований в туризме.
7.	Тема 7. Описательные школы стратегий	Л-2 ч. Пр.-0 ч.	Лекция 6 1. Школа предпринимательства 2. Когнитивная школа 3. Школа обучения. 4. Школа власти. 5. Школа культуры. 6. Школа внешней среды 7. Школа конфигурации
	Итого	Лекции – 12 часов, практические занятия – 12 часов	

5.3.2. Содержание программы по темам и видам занятий для заочной формы обучения по направлению подготовки 43.04.02 Туризм

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Виды учебных занятий и учебные вопросы
1	2	3	4
1. Сущность и особенности стратегического управления			

1.	Тема 1. Основы стратегического управления	Л-2ч. Пр-0ч.	Лекция 1 1. Основные положения разработки стратегии 2. Виды стратегии 3. Стратегия и развитие организаций 4. Формулирование стратегических намерений
2.	Тема 4. Разработка стратегии организации	Л-2ч. Пр -2ч.	Лекция 2 1. Стратегический анализ организационной среды 2. Выделение стратегических зон хозяйствования и стратегических бизнес-единиц 3. Анализ привлекательности стратегической зоны хозяйствования Практическое занятие 1 1. Увеличение прибыли. 2. Факторы роста прибыли. 3. Препятствия для роста объема прибыли.
2. Конкурентоспособность и школы стратегий			
5.	Тема 5. Стратегия конкурентоспособности	Л-0 ч. Пр.-2 ч.	Практическое занятие 5 1. Конкурентный анализ 2. Внутрифирменная диагностика 3. Концепция жизненного цикла туристского продукта. 4. Ошибки в управлении жизненным циклом туристского продукта. 5. Измерение контроля жизненного цикла туристского продукта. 6. Эффективное регулирование жизненного цикла туристского продукта. 7. Анализ жизненного цикла туристского продукта.
	Итого	Лекции – 4 часа, практические занятия – 4 часа	

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине для обучающихся очной формы обучения по направлению подготовки 43.04.02 Туризм

№	Наименование темы	Кол-во часов	Вопросы для самоконтроля	Форма контроля выполнения самостоятельной работы
1.	Тема 1. Основы стратегического управления	6	Особенности внедрения и реализации стратегического управления в туризме. Содержание и взаимосвязь центральных понятий в области стратегического менеджмента. Предпосылки возникновения, развитие и современное состояние стратегического менеджмента. Школы стратегического менеджмента. Методология стратегического	Проверка конспекта, опрос

			менеджмента.	
2.	Тема 2. Структура и уровни процесса стратегического управления	6	Пять базовых функций правления. Формирование продолжительных целей компании. Разработка организационной структуры управления компанией. Индивидуальная расстановка работников для заполнения ключевых позиций. Характеристика и элементы стратегического управления. Анализ внешней и внутренней среды организации.	Проверка конспекта, опрос
3.	Тема 3. Стратегическое управление в современных условиях	6	Понятие и сущность стратегического развития организации. Анализ конкурентоспособности организации. Технология выбора и реализации стратегии развития организации. Стратегический план организации. Организационный механизм взаимодействия и сотрудничества в управлении процессами Реорганизация как фактор стратегии роста Факторы глобализации туристского бизнеса Новые концепции инвестирования в туризм	Проверка конспекта, опрос
4.	Тема 4. Разработка стратегии организации	6	Основные тенденции в организационных структурах крупных туристских корпораций. Основные организационные модели. Недостатки в организационном планировании.	Проверка конспекта, опрос
5.	Тема 5. Стратегия конкурентоспособности .	8	Принципы планирования прибыли в туристских организациях.	Проверка конспекта.

			Кадровая политика и планирование доходов. Влияние факторов внутренней и внешней среды на увеличение прибыли фирмы. Четыре основных правила эффективного планирования прибыли. Источники прибыли в туризме.	
6.	Тема 6. Предписывающие школы стратегий.	8	Концепция жизненного цикла туристского продукта. Типичные модели туристского продукта. Ошибки в управлении жизненным циклом туристского продукта. Основные аспекты управления жизненным циклом туристского продукта. Контроль жизненного цикла туристского продукта. Понятие и сущность стратегического контроля. Концепция стратегического контроллинга. Анализ жизненного цикла туристского продукта.	Проверка конспекта, опрос.
7.	Тема 7. Описательные школы стратегий	8	Влияние технологических нововведений на эффективность туристского бизнеса. Основные критические проблемы руководства туристской компанией. Параметры технически интенсивных видов бизнеса и их воздействие на стратегические, административные и управленческие проблемы высшего менеджмента.	Проверка конспекта, опрос
	Итого	Самостоятельная работа – 48 часов		

6.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине для обучающихся заочной формы обучения по направлению подготовки 43.04.02 Туризм

№	Наименование темы	Кол-во часов	Вопросы для самоконтроля	Форма контроля выполнения самостоятельной работы

1.	Тема 1. Основы стратегического управления	13	1. Особенности внедрения и реализации стратегического управления в туризме. 2. Содержание и взаимосвязь центральных понятий в области стратегического менеджмента. 3. Предпосылки возникновения, развитие и современное состояние стратегического менеджмента. 4. Школы стратегического менеджмента. 5. Методология стратегического менеджмента.	Проверка конспекта, опрос
2.	Тема 2. Структура и уровни процесса стратегического управления	13	1. Пять базовых функций правления. 2. Формирование продолжительных целей компании. 3. Разработка организационной структуры управления компанией. 4. Индивидуальная расстановка работников для заполнения ключевых позиций. 5. Характеристика и элементы стратегического управления. 6. Анализ внешней и внутренней среды организации.	Проверка конспекта, опрос
3.	Тема 3. Стратегическое управление в современных условиях	13	1. Понятие и сущность стратегического развития организации. 2. Анализ конкурентоспособности организации. 3. Технология выбора и реализации стратегии развития организации. 4. Стратегический план организации. 5. Организационный механизм взаимодействия и сотрудничества в управлении процессами 6. Реорганизация как фактор стратегии роста 7. Факторы глобализации туристского бизнеса 8. Новые концепции инвестирования в туризм	Проверка конспекта, опрос
4.	Тема 4. Разработка стратегии организации	13	1. Основные тенденции в организационных структурах крупных туристских	Проверка конспекта, опрос

			корпораций. 2. Основные организационные модели. 3. Недостатки в организационном планировании.	
5.	Тема 5. Стратегия конкурентоспособности .	13	1. Принципы планирования прибыли в туристских организациях. 2. Кадровая политика и планирование доходов. 3. Влияние факторов внутренней и внешней среды на увеличение прибыли фирмы. 4. Четыре основных правила эффективного планирования прибыли. 5. Источники прибыли в туризме.	Проверка конспекта.
6.	Тема 6. Предписывающие школы стратегий.	13	1. Концепция жизненного цикла туристского продукта. 2. Типичные модели туристского продукта. 3. Ошибки в управлении жизненным циклом туристского продукта. 4. Основные аспекты управления жизненным циклом туристского продукта. 5. Контроль жизненного цикла туристского продукта. 6. Понятие и сущность стратегического контроля. 7. Концепция стратегического контроллинга. 8. Анализ жизненного цикла туристского продукта.	Проверка конспекта, опрос.
7.	Тема 7. Описательные школы стратегий	13	1. Влияние технологических нововведений на эффективность туристского бизнеса. 2. Основные критические проблемы руководства туристской компанией. 3. Параметры технически интенсивных видов бизнеса и их воздействие на стратегические, административные и управленческие проблемы высшего менеджмента.	Проверка конспекта, опрос
Итого		Самостоятельная работа – 91 час		

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Стратегический менеджмент в туризме»

**7.1 Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств
Для очной формы обучения**

№ пп	Вид контроля и аттестации	№ и наименование блока (раздела) дисциплины	Оценочные средства			Количество баллов
			форма	Количество вопросов в задании	Количество независим ых вариантов	
1	Рубежный контроль уровня усвоения обучающими ся компетенций по темам 1-4	Раздел 1. Сущность и особенности стратегического управления	1. Вопросы рубежного контрольно- проверочного мероприятия.	2	15	До 10 (1 верный ответ – 5 баллов)
			2. Оценивание текущей успеваемости.	1. Систематичность и активность работы на практических занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы.		до 10 баллов до 10 баллов
2	Рубежный контроль уровня усвоения обучающими ся компетенций по темам 5-7	Раздел 2. Конкурентоспо- собность и школы стратегий	1. Вопросы рубежного контрольно- проверочного мероприятия.	2	15	До 10 (1 верный ответ – 5 баллов)
			2. Оценивание текущей успеваемости.	1. Систематичность и активность работы на практических занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы.		до 10 баллов до 10 баллов
3	Промежуточ- ная аттестация (экзамен)		Контрольные вопросы и практическое задание для промежуточно- й аттестации (экзамена).	2 контрольны х вопроса и 1 прикладное задание	30	До 40 (1 контрольны й вопрос-15 баллов, 1 практическо- е задание- до 10 баллов)
4	Итого по результатам освоения обучающимися компетенций по темам 1-7					до 100 баллов

Для заочной формы обучения

№ пп	Вид контроля и аттестации	№ и наименование блока (раздела) дисциплины	Оценочные средства			Количество баллов
			форма	Количество вопросов в задании	Количество независим ых вариантов	
1	Контроль уровня освоения обучающими ся компетенций по темам 1-7	Раздел 1. Сущность и особенности стратегического управления Раздел 2. Конкурентоспо- собность и школы стратегий	1. Вопросы рубежного контрольно- проверочного мероприятия.	2	15	До 20 (1 верный ответ – 10 баллов)
			2. Оценивание текущей успеваемости.	1. Систематичность и активность работы на практических занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы.		до 20 баллов до 20 баллов

2	Промежуточная аттестация (экзамен)		Контрольные вопросы и практическое задание для промежуточной аттестации (экзамена).	2 контрольных вопроса и 1 прикладное задание	30	До 40 (1 контрольный вопрос-15 баллов, 1 практическое задание-до 10 баллов)
3	Итого по результатам освоения обучающимися компетенций по темам 1-7					до 100 баллов

Текущий контроль и его формы: Текущий контроль проводится в ходе занятий с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия, необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуальной помощи.

Объектами текущего контроля знаний обучающихся являются:

- систематичность и активность работы на семинарских занятиях. При контроле систематичности и активности работы на семинарских занятиях могут оцениваться: уровень знаний, продемонстрированный в ответах и выступлениях на семинарских занятиях; активность при обсуждении вопросов, вынесенных на семинарские занятия, экспресс-контроль, составление конспекта, регулярное посещение занятий; научная работа обучающихся (выступление с докладами на научных семинарах, конференциях, конкурсах научных работ и прочее).

- выполнение заданий для самостоятельной работы. При контроле выполнения заданий для СРО могут оцениваться: самостоятельное изучение тем в целом или отдельных вопросов; выполнение заданий для самостоятельной работы, написание рефератов, подготовка учебных и научных текстов, реферативных материалов по публикациям и т.д.;

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования обучающихся, проверки результатов самостоятельной работы. Его основными формами являются: устный опрос; письменный опрос; тестирование; контрольная работа и т.п.

Отдельно могут оцениваться личностные качества студента (аккуратность, исполнительность, инициативность) – работа в аудитории, своевременное выполнение заданий, сдача отчетов, качество подготовки рефератов и сообщений, творческий подход и т.п.

Рубежный контроль (для заочной формы обучения – контроль уровня освоения обучающимися компетенций) и его формы:

Для обучающихся очной формы обучения рубежный контроль проводится после изучения определенного раздела учебной дисциплины, объединяющего соответствующие темы. Форма рубежного контроля – анализ текущей успеваемости, тестовые задания.

Для обучающихся заочной формы обучения контроль уровня освоения обучающимися компетенций проводится после изучения всех разделов учебной дисциплины, объединяющих соответствующие темы. Форма контроля – анализ текущей успеваемости, тестовые задания.

Форма промежуточной аттестации (экзамен):

- экзамен, который учитывает результаты выполнения предусмотренных рабочей программой контрольных мероприятий (рубежных контролей и промежуточной аттестации).

Рубежный контроль и промежуточная аттестация проводятся с использованием балльно-рейтинговой технологии. Критерии оценивания, перечень контрольных точек, требования к их выполнению и таблица планирования результатов обучения в баллах представлены в документе «Фонд оценочных средств» по учебной дисциплине «Стратегический менеджмент в туризме».

Этот фонд включает: контрольные вопросы для проведения текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации (для заочной формы обучения – контроль уровня

освоения обучающимися компетенций), позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

7.2. Примеры оценочных средств рубежного контроля уровня освоения обучающимися компетенций (для заочной формы обучения – контроль уровня освоения обучающимися компетенций) и промежуточной аттестации по дисциплине

Для рубежного контроля уровня освоения обучающимися компетенций (для заочной формы обучения – контроль уровня освоения обучающимися компетенций)

Для рубежного контроля

Вопросы для рубежного контроля 1 и оценки уровня усвоения обучающимися компетенций по темам 1-4 учебной дисциплины «Стратегический менеджмент в туризме»

1. Раскройте содержание центральных понятий стратегического менеджмента (стратегия, видение, миссия, цели, конкурентное преимущество). Опишите, как они взаимосвязаны, и приведите примеры их реализации в сфере туризма.

2. Проанализируйте особенности внедрения стратегического управления в туристской отрасли. Какие факторы (сезонность, зависимость от инфраструктуры, геополитика) влияют на выбор стратегии? Приведите 2–3 кейса успешных стратегий туроператоров или дестинаций.

3. Изучите предпосылки возникновения стратегического менеджмента как научной дисциплины. Как его развитие отразилось на управлении в сфере туризма? Охарактеризуйте современное состояние стратегического менеджмента в туризме.

4. Опишите методологию стратегического менеджмента: перечислите основные принципы (системность, гибкость, долгосрочность), ключевые элементы (анализ среды, постановка целей, реализация, контроль) и формы организации стратегического процесса (централизованная, децентрализованная).

5. Обоснуйте необходимость использования стратегического менеджмента в управлении туристскими организациями. Какие проблемы (недостаток ресурсов, высокая конкуренция, нестабильность спроса) могут ограничивать его применение? Предложите пути их преодоления.

6. Подробно раскройте процесс стратегического менеджмента: выделите основные этапы (анализ среды → постановка целей → выбор стратегии → реализация → контроль), дайте им характеристику и покажите взаимосвязь на примере конкретной туристской компании.

7. Охарактеризуйте эволюцию управленческих систем от оперативного управления к стратегическому. Опишите элементы системы стратегического управления (органы принятия решений, информационные системы, процедуры планирования) и их взаимодействие в туризме.

8. Проанализируйте управленческую реакцию на неожиданные изменения среды (пандемии, политические кризисы, стихийные бедствия). Сравните стратегические (долгосрочные корректировки планов) и оперативные (срочные меры) подходы к адаптации в туризме.

9. Дайте определение стратегии организации. Перечислите её ключевые характеристики (долгосрочность, уникальность, ресурсная обеспеченность). Оцените преимущества (устойчивое развитие) и ограничения (неопределённость среды) использования стратегии в туризме. Предложите критерии измерения её эффективности.

10. Изучите школу дизайна в стратегическом менеджменте (построение стратегии как процесс осмысления). Раскройте предпосылки её возникновения, условия развития, основные положения (модель SWOT) и критику. Примените её принципы для разработки стратегии нового туристского маршрута.

11. Проанализируйте школу планирования (построение стратегии как формальный процесс). Опишите её основные инструменты (бюджетирование, прогнозирование) и покажите, как они используются в стратегическом планировании туроператоров. Укажите ограничения подхода.

12. Раскройте суть школы позиционирования (построение стратегии как аналитический процесс). Примените модель М. Портера для анализа конкурентной позиции отеля или турфирмы. Оцените сильные и слабые стороны подхода.

13. Изучите когнитивную школу (построение стратегии как ментальный процесс). Как когнитивные искажения руководителей влияют на стратегические решения в туризме? Приведите примеры успешных и неудачных решений, основанных на интуиции.

14. Охарактеризуйте школу обучения (построение стратегии как развивающийся процесс). Как турфирмы адаптируют стратегии в условиях неопределённости? Разработайте алгоритм обучения на ошибках для туроператора после кризиса.

15. Проанализируйте школу власти (построение стратегии как переговорный процесс). Как лоббирование интересов и коалиции влияют на развитие туристских дестинаций? Приведите примеры влияния местных властей или бизнес-ассоциаций на стратегию региона.

16. Раскройте принципы школы внешней среды (построение стратегии как реактивный процесс). Как турфирмы реагируют на изменения законодательства, спроса или технологий? Составьте план адаптации для гостиничного бизнеса при резком снижении спроса.

17. Изучите школу конфигурации (построение стратегии как процесс трансформации). Опишите этапы трансформации туристской организации (стагнация → кризис → реорганизация → рост). Приведите пример успешной трансформации дестинации.

18. Определите цели анализа среды организации в стратегическом управлении. Разделите анализ на внешний и внутренний, опишите их составляющие (PEST-анализ, SWOT, VRIO) и покажите взаимосвязь. Примените к анализу конкретного курорта.

19. Проведите анализ внешней среды туристской организации с использованием PEST-анализа. Оцените политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на отрасль. Укажите, какие из них наиболее критичны для внутреннего туризма РФ.

20. Примените модель пяти сил М. Портера для анализа конкурентной среды туроператора. Оцените угрозу новых игроков, силу поставщиков, покупателей, конкуренцию и товары-заменители. Предложите стратегию снижения давления конкурентов.

21. Составьте карту стратегических групп конкурентов для сегмента экотуризма. Выделите ключевые параметры (цена, уровень сервиса, уникальность маршрута), сгруппируйте компании и определите свободные ниши.

22. Проведите анализ внутренней среды туристской организации. Оцените ресурсы (финансовые, кадровые, инфраструктурные) и компетенции (маркетинг, логистика). Выявите сильные и слабые стороны с помощью SWOT-анализа.

23. Проанализируйте цепочку ценностей туристской компании (основные и вспомогательные виды деятельности). Определите, какие звенья создают наибольшую ценность для клиентов, а какие требуют оптимизации. Приведите примеры для туроператора и отеля.

24. Раскройте концепцию заинтересованных групп (стейкхолдеров) в стратегическом процессе. Кто входит в их число для туристской дестинации (местные жители, бизнес, власти)? Как их интересы влияют на стратегию развития?

25. Сравните стратегическое и оперативное поведение организации. Приведите примеры стратегических решений (выход на новый рынок) и оперативных (корректировка цен). Как они взаимосвязаны в туризме?

26. Опишите технику и методы анализа среды организации (PEST, SWOT, анализ пяти сил Портера, бенчмаркинг). Примените 2–3 метода для оценки перспектив развития горнолыжного курорта.

27. Разработайте стратегические установки для новой туристской компании: сформулируйте видение (образ будущего) и миссию (цель существования). Обоснуйте их соответствие рыночным трендам.

28. Изучите эволюцию взглядов на цели организации (от финансовых показателей к устойчивому развитию). Постройте систему целей для экотуристского проекта с учётом иерархии (стратегические → тактические → оперативные) и SMART-критериев.

29. Постройте стратегическую пирамиду для сети отелей. Включите корпоративную стратегию (развитие бренда), бизнес-стратегии (конкурентные преимущества каждого отеля), функциональные стратегии (маркетинг, HR) и операционные планы. Опишите взаимосвязь элементов.

30. Дайте определение стратегического развития организации. Сравните модели внутреннего роста (расширение ассортимента услуг) и внешнего (слияния, партнёрства) на примере туроператора. Укажите преимущества и риски каждого подхода.

31. Проведите комплексный анализ конкурентоспособности туристской дестинации с использованием модели «национального ромба» М. Портера. Оцените факторы производства, спрос, родственные отрасли и стратегию фирм.

32. Разработайте план стратегического анализа для стартапа в сфере гастрономического туризма. Включите анализ среды, конкурентов, целевой аудитории и ресурсов. Предложите 2–3 альтернативные стратегии развития.

33. Оцените влияние цифровизации на стратегическое управление в туризме (онлайн-бронирование, Big Data, искусственный интеллект). Как эти технологии меняют стратегии туроператоров и отелей? Приведите примеры.

34. Проанализируйте роль устойчивого развития в стратегиях туристских организаций. Какие ESG-критерии (экология, социальная ответственность, управление) становятся ключевыми? Приведите примеры «зелёных» стратегий дестинаций.

35. Составьте сценарий стресс-тестирования стратегии туристской компании на случай кризиса (экономический спад, эпидемия). Оцените риски и предложите меры по их снижению.

36. Исследуйте влияние глобализации на стратегическое планирование в международном туризме. Как транснациональные корпорации (Booking.com, Airbnb) меняют правила конкуренции? Предложите стратегию адаптации для локального туроператора.

37. Разработайте систему KPI для контроля реализации стратегии туристской организации. Включите финансовые (выручка, рентабельность), клиентские (удовлетворённость, лояльность) и процессные показатели (эффективность логистики).

38. Охарактеризуйте роль лидерства в стратегическом управлении туризмом. Какие качества руководителя (гибкость, стратегическое мышление) критичны для успешной реализации стратегии? Приведите примеры лидеров отрасли.

39. Проведите сравнительный анализ стратегических подходов в массовом и нишевом туризме (экологический, медицинский, приключенческий). Как специфика аудитории и продукта влияет на выбор стратегии?

40. Разработайте дорожную карту внедрения стратегического управления для малого турбюро. Укажите этапы (обучение персонала, анализ среды, постановка целей), сроки, ответственных и ожидаемые результаты.

Вопросы для рубежного контроля 2 и оценки уровня усвоения обучающимися компетенций по темам 5-7 учебной дисциплины «Стратегический менеджмент в туризме»

1. Дайте развёрнутое определение стратегии лидерства по издержкам (виолентной стратегии). Опишите предпосылки и условия её реализации в туризме (например, для крупных туроператоров). Проанализируйте преимущества (рост доли рынка) и риски (снижение качества услуг). Проиллюстрируйте эволюционный путь организации-виолента на примере международной гостиничной сети.

2. Раскройте суть стратегии широкой дифференциации. Какие ресурсы и компетенции нужны для её внедрения в сфере туризма (уникальные маршруты, персонализированный сервис)? Оцените преимущества (премия за бренд) и риски (высокие затраты на маркетинг). Приведите кейс туроператора, успешно реализующего эту стратегию.

3. Охарактеризуйте стратегию оптимальных издержек. Какие условия необходимы для её применения в туризме (баланс цены и качества)? Проанализируйте преимущества (привлечение широкой аудитории) и риски (конкуренция с нишевыми игроками). Примените стратегию к модели бюджетного отеля.

4. Опишите сфокусированную стратегию (рыночной ниши) на основе низких издержек. Для каких сегментов туризма она подходит (например, молодёжный или деловой туризм)? Укажите предпосылки (узкий спрос), преимущества (лояльность клиентов) и риски (ограниченный рост). Приведите пример нишевого туроператора.

5. Дайте определение стратегии оперативного реагирования (коммутантной стратегии). Какие условия способствуют её успеху в туризме (гибкость, быстрая адаптация)? Сравните стратегии борьбы с конкурентами для малых турфирм. Классифицируйте организации-коммутанты по типам (стартапы, локальные гиды).

6. Проанализируйте стратегии конкуренции на разных этапах жизненного цикла отрасли (зарождение, рост, зрелость, спад). Как они проявляются в туризме? Приведите примеры для каждого этапа: стартапы экотуризма, массовые курорты, кризисные дестинации.

7. Охарактеризуйте стратегии для фрагментированных отраслей (экскурсионный туризм, глэмпинг). Какие подходы (консолидация, специализация) помогают добиться успеха? Приведите 2–3 примера компаний, работающих в сегментированных нишах.

8. Изучите стратегии выхода на внешние рынки (экспорт услуг, франчайзинг, совместные предприятия). Какие риски (валютные, политические) возникают для туроператоров? Разработайте план экспансии российской турфирмы в страны СНГ.

9. Сравните стратегии организаций с разными отраслевыми позициями: лидеры (крупные туроператоры), последователи (средние компании), нишевые игроки. Как их цели и инструменты различаются? Приведите примеры из сегмента круизного туризма.

10. Дайте определение интеграции деятельности организации. Какие предпосылки (контроль цепочки создания ценности) ведут к вертикальной или горизонтальной интеграции в туризме? Раскройте особенности дезинтеграции и аутсорсинга (передача бронирования, гидов на подряд). Приведите кейс гостиничной сети, использующей аутсорсинг уборки.

11. Опишите стратегию вертикальной интеграции. Какие этапы цепочки (перевозка → размещение → экскурсии) может контролировать туроператор? Оцените преимущества (снижение издержек) и риски (бюрократизация). Примените к модели интегрированного курорта.

12. Раскройте суть горизонтальной интеграции. Какие цели преследуют слияния туроператоров или отелей? Проанализируйте преимущества (экономия масштаба) и риски (потеря уникальности). Приведите пример консолидации на рынке внутреннего туризма РФ.

13. Изучите проблемы портфельного анализа (недостаток данных, субъективность оценок). Как матрица БКГ или McKinsey помогает распределять ресурсы между направлениями турфирмы? Разработайте портфель для компании с сегментами: пляжный, горный, гастрономический туризм.

14. Дайте определение стратегии диверсификации. Какие условия (избыточные ресурсы, насыщение рынка) побуждают турфирмы к ней? Оцените преимущества (снижение рисков) и риски (рассеивание компетенций). Приведите пример диверсификации туроператора в смежные сферы (организация мероприятий).

15. Классифицируйте виды диверсификации (связанная, несвязанная). Какие способы (создание дочерних компаний, партнёрства) используют в туризме? Проанализируйте предпосылки сужения диверсификационной базы (возвращение к профильному бизнесу) на примере компании, отказавшейся от непрофильных активов.

16. Раскройте сущность оценки стратегических альтернатив. Какие проблемы (неопределённость, конфликт интересов) возникают при выборе между ростом, стабилизацией, сокращением? Предложите методы их решения (сценарное планирование, экспертные панели).

17. Опишите технологию оценки стратегических альтернатив: этапы (генерация идей → анализ → отбор), инструменты (NPV, IRR, SWOT). Примените её для выбора между развитием новых маршрутов или углублением присутствия на текущих рынках.

18. Проанализируйте процесс выбора стратегии как принятие решений. Какие проблемы (когнитивные искажения, давление сроков) мешают объективности? Предложите способы их преодоления (метод Дельфи, кросс-функциональные команды).

19. Разработайте технологию выбора стратегии: включите анализ среды, постановку целей, моделирование сценариев, оценку ресурсов. Постройте алгоритм для турфирмы, планирующей выход на рынок экотуризма.

20. Сравните стратегические и оперативные решения по критериям: горизонт планирования, масштаб последствий, вовлечённые ресурсы. Приведите примеры: стратегическое (открытие нового направления) и оперативное (корректировка цен на сезон).

21. Изучите матричный анализ в стратегическом управлении. Охарактеризуйте матрицы БКГ (рост/доля), McKinsey (привлекательность/конкурентоспособность), Ансоффа (продукты/рынки). Укажите условия их применения в туризме, преимущества (наглядность) и недостатки (упрощение реальности).

22. Составьте структуру стратегического плана туристской организации. Включите разделы: анализ среды, миссия, цели, стратегии, бюджет, KPI. Опишите взаимосвязь между ними на примере плана развития горнолыжного курорта на 5 лет.

23. Опишите технологию реализации стратегии: этапы (коммуникация → распределение ресурсов → мониторинг), инструменты (BSC, проектное управление). Разработайте план внедрения цифровой трансформации для туроператора.

24. Раскройте понятие стратегических изменений. Какие области они затрагивают в туризме: система управления (внедрение CRM), персонал (обучение гидов), ресурсы (закупка транспорта), культура (ориентация на клиента), структура (переход к дивизиональной модели)? Приведите примеры изменений в гостиничном бизнесе.

25. Дайте определение стратегического лидерства. Какие качества (видение, адаптивность) нужны руководителю турфирмы? Опишите методы менеджмента изменений (Kotter, ADKAR) для внедрения новой стратегии сервиса.

26. Охарактеризуйте потенциал изменения организации. Какие факторы (ресурсы, культура, внешняя среда) его определяют? Постройте процесс изменений: диагностика → планирование → внедрение → закрепление. Примените к кейсу модернизации экскурсионного бюро.

27. Проанализируйте сопротивление стратегическим изменениям. Какие формы оно принимает: индивидуальное (страх потери работы), групповое (профсоюзы гидов), системное (устаревшие процессы)? Предложите методы преодоления (коммуникация, вовлечение, обучение) для отеля, внедряющего автоматизацию.

28. Классифицируйте стратегии изменений: эволюционные (постепенные улучшения) и революционные (реструктуризация). Укажите условия их применения в туризме. Приведите пример успешной трансформации туроператора после кризиса.

29. Дайте определение стратегического контроля. Какие инструменты (KPI, аудит, обратная связь от клиентов) используют для отслеживания стратегии? Покажите его роль в системе общего контроля на примере сети хостелов.

30. Раскройте концепцию стратегического контроллинга. Какие задачи он решает в туризме (координация планов, анализ отклонений)? Опишите основные положения:

интеграция учёта, прогнозирования, мотивации. Примените к модели контроллинга для экотуристского проекта.

31. Разработайте систему KPI для стратегии лидерства по издержкам в гостиничном бизнесе. Включите финансовые (себестоимость номера), операционные (загрузка персонала) и клиентские показатели (оценка чистоты). Обоснуйте выбор метрик.

32. Проведите сравнительный анализ стратегий дифференциации и фокусирования для нишевого сегмента приключенческого туризма. Какие ресурсы (гиды-экстремалы, уникальное снаряжение) критичны для каждой? Предложите гибридную модель.

33. Оцените влияние цифровизации на стратегии диверсификации в туризме. Как онлайн-платформы (бронирование экскурсий, виртуальные туры) расширяют возможности компаний? Приведите пример успешного цифрового стартапа в сфере культурного туризма.

34. Разработайте сценарий стресс-тестирования стратегии горизонтальной интеграции для сети ресторанов при отелях. Какие риски (культурные различия, логистические сбои) нужно учесть? Предложите меры их минимизации.

35. Проанализируйте роль ESG-факторов (экология, социальная ответственность, управление) в современных стратегиях туризма. Как они влияют на выбор между вертикальной интеграцией (контроль цепочек поставок) и аутсорсингом (передача уборки местным компаниям)? Приведите пример «зелёной» стратегии курорта.

36. Опишите методы сценарного планирования для оценки стратегических альтернатив в условиях геополитической нестабильности. Постройте 3 сценария (оптимистичный, базовый, пессимистичный) для туроператора, работающего на международных направлениях.

37. Разработайте дорожную карту внедрения стратегического контроллинга в малой турфирме. Укажите этапы (обучение персонала, настройка отчётности, внедрение KPI), сроки и ответственных. Оцените ожидаемые выгоды.

38. Сравните подходы к управлению сопротивлением изменениям в централизованных (гостиничные сети) и децентрализованных (фриланс-гиды) структурах туризма. Какие методы (материальная мотивация, вовлечение в принятие решений) эффективнее для каждой?

39. Проанализируйте взаимосвязь между стратегией диверсификации и устойчивостью бизнеса на примере туроператора, добавившего услуги медицинского туризма. Оцените синергию между направлениями, риски и перспективы роста.

40. Понятие и сущность стратегических изменений. Основные области стратегических изменений: система управления, персонал, ресурсная база, организационные культура и структура.

Для промежуточной аттестации

Контрольные вопросы к экзамену

1. Содержание и взаимосвязь центральных понятий в области стратегического менеджмента. Особенности внедрения и реализации стратегического управления в туризме.

2. Предпосылки возникновения, развитие и современное состояние стратегического менеджмента.

3. Методология стратегического менеджмента: основные принципы, ключевые элементы, способы и формы организации стратегического процесса.

4. Необходимость использования стратегического менеджмента в практике управления. Проблемы и ограничения на использование стратегического менеджмента.

5. Процесс стратегического менеджмента: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.

6. Эволюция управленческих систем. Система стратегического управления: основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.

7. Управленческая реакция на неожиданные изменения организационной среды: стратегический и оперативный аспекты.

8. Стратегия организации: понятие, ключевые характеристики, преимущества и ограничения использования, измерение, оценка и эффективность.

9. Школа дизайна (построение стратегии как процесс осмысления): предпосылки возникновения, условия развития, современное состояние, основные положения, критика, вклад и контекст использования.

10. Школа планирования (построение стратегии как формальный процесс): предпосылки возникновения, условия развития, современное состояние, основные положения, критика, вклад и контекст использования.

11. Школа позиционирования (построение стратегии как аналитический процесс): предпосылки возникновения, условия развития, современное состояние, основные положения, критика, вклад и контекст использования.

12. Когнитивная школа (построение стратегии как ментальный процесс): предпосылки возникновения, условия развития, современное состояние, основные положения, критика, вклад и контекст использования.

13. Школа обучения (построение стратегии как развивающийся процесс): предпосылки возникновения, условия развития, современное состояние, основные положения, критика, вклад и контекст использования.

14. Школа власти (построение стратегии как переговорный процесс): предпосылки возникновения, условия развития, современное состояние, основные положения, критика, вклад и контекст использования.

15. Школа внешней среды (построение стратегии как реактивный процесс): предпосылки возникновения, условия развития, современное состояние, основные положения, критика, вклад и контекст использования.

16. Школа конфигурации (построение стратегии как процесс трансформации): предпосылки возникновения, условия развития, современное состояние, основные положения, критика, вклад и контекст использования.

17. Анализ среды организации: цель анализа и функции, составляющие элементы, их характеристика и взаимосвязь.

18. Анализ внешней среды организации: цель анализа, составляющие элементы, их характеристика и взаимосвязь.

19. Анализ конкурентной среды организации (модель М. Портера): цель анализа, составляющие элементы, их характеристика и взаимосвязь.

20. Анализ ближайших конкурентов организации и их возможных действий: цель анализа, составляющие элементы, их характеристика и взаимосвязь. Алгоритм составления карты стратегических групп конкурентов.

21. Анализ внутренней среды организации: цель анализа, составляющие элементы, их характеристика и взаимосвязь.

22. Анализ цепочки ценностей организации: цель анализа, составляющие элементы, их характеристика и взаимосвязь.

23. Концепция заинтересованных групп: основные положения, воздействие на стратегический процесс.

24. Понятие и сущность стратегического и оперативного поведения организации.

25. Техника и методы анализа среды организации.

26. Разработка стратегических установок организации: видение, миссия.

27. Цели организации: эволюция взглядов и современные подходы к трактовке сущности. Система и иерархия целей организации: основные элементы и их характеристика, особенности разработки и способы корректировки.

28. Построение стратегической пирамиды: основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.

29. Понятие и сущность стратегического развития организации. Внутренний и внешний рост организации.

30. Проблемы и логика анализа конкурентоспособности организации.

31. Стратегия лидерства по издержкам (виолентная стратегия): понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии. Эволюционный путь организации - виолента.
32. Стратегия широкой дифференциации: понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии.
33. Стратегия оптимальных издержек: понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии.
34. Сфокусированная стратегия, или стратегия рыночной ниши, основанная на низких издержках: понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии.
35. Стратегия оперативного реагирования (коммутантная стратегия): понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии. Стратегии борьбы с конкурентами и разновидности организаций - коммутантов.
36. Стратегии для конкуренции на различных этапах жизненного цикла отрасли и их характеристика.
37. Стратегии для конкуренции во фрагментарных (сегментированных) отраслях и их характеристика.
38. Стратегии для конкуренции на внешних рынках и их характеристика.
39. Стратегии организаций, занимающих различные отраслевые позиции, и их характеристика.
40. Понятие и сущность интеграции деятельности организации. Предпосылки и особенности осуществления дезинтеграции и аутсорсинга деятельности организации.
41. Стратегия вертикальной интеграции: понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии.
42. Стратегия горизонтальной интеграции: понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии.
43. Проблемы и логика портфельного анализа.
44. Стратегия диверсификации: понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии.
45. Виды и способы диверсификации деятельности организации. Предпосылки и особенности осуществления сужения диверсификационной базы (переход к однопрофильной деятельности) организации.
46. Понятие и сущность оценки стратегических альтернатив развития организации, возникающие проблемы и перспективы их решения.
47. Технология оценки стратегических альтернатив организации: основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.
48. Выбор стратегии развития организации как процесс принятия стратегических решений: понятие, возникающие проблемы и перспективы их решения.
49. Технология выбора стратегии развития организации: основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.
50. Понятие и сущность стратегических решений. Сравнительный анализ стратегических и оперативных решений.
51. Использование матричного анализа в стратегическом управлении: основные виды матриц, их характеристика, условия применения, преимущества и недостатки.
52. Стратегический план организации: процесс разработки, основные разделы, их характеристика и взаимосвязь.
53. Технология реализации стратегии организации: понятие, основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.
54. Понятие и сущность стратегических изменений. Основные области стратегических изменений: система управления, персонал, ресурсная база, организационные культура и структура.
55. Понятие и сущность стратегического лидерства в организации. Особенности применения менеджмента изменений при реализации стратегии организации.

56. Понятие и сущность потенциала изменения организации. Процесс изменения организации: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.

57. Сопротивление стратегическим изменениям в организации: понятие и сущность индивидуального и группового сопротивления, сопротивления системы управления, основные методы и способы выявления и преодоления.

58. Понятие и сущность стратегии изменений, выделяемые виды, их характеристика и условия применения.

59. Понятие и сущность стратегического контроля, его роль и место в системе контроля деятельности организации.

60. Концепция стратегического контроллинга и ее использование в деятельности организации: основные положения.

Практические задания для промежуточной аттестации и оценки уровня освоения обучающимся компетенций

Задание 1. Раскройте основные характеристики десяти школ стратегического менеджмента в табличной форме. Сделайте обобщающие выводы об эволюции формирования систем знаний о стратегическом менеджменте.

Таблица 1

Школы стратегического менеджмента

Школы стратегического менеджмента	Предпосылки возникновения и условия развития	Основные положения	Критика	Вклад и контекст использования	Современное состояние
Школа конфигурации					
Школа планирования					
Школа позиционирования					
Школа дизайна					
Школа предпринимательства					
Когнитивная школа					
Школа обучения					
Школа власти					
Школа культуры					
Школа внешней среды					

Задание 2. Соотнесите понятие и его определение

Стратегия фирмы	а) смысл существования организации;
Миссия фирмы	б) конкретное конечное состояние, к которому стремится организация;
Цель фирмы	в) направление развития организации в сложившейся среде её функционирования.

Задание 3. Сформулируйте миссию, определите главную стратегическую цель и постройте на ее основе дерево целей предприятия сферы туризма.

Варианты заданий (различные предприятия с краткой характеристикой направлений деятельности):

1. Турфирма. Внутренний туризм, специализация – лечебный туризм, отдых на море.

2. Турфирма. Преимущественно выездной туризм (деловой и детский туризм, в том числе обучение за рубежом).
3. Турагентство. Различные направления деятельности, ориентация на среднеобеспеченных граждан и студентов.
4. Туроператор по трем направлениям, по остальным выполняет функции турагента.
5. Туроператор по внутреннему туризму, собственный автобусный парк.
6. Пансионат с лечением, расположен в сосновом лесу, хорошо оборудованная территория, современная лечебная база.
7. Дом отдыха коттеджного типа, большой парк, озеро в шаговой доступности.
8. Гостиничный комплекс. Многофункциональный комплекс, два бизнес-центра, несколько ресторанов, баров, тренажерный зал, салон красоты и др.
9. Гостиница. Две звезды, ресторан, в основном корпоративные клиенты.
10. Санаторий. Расположен в Крыму, хорошая лечебная база.

Задание 4. Опишите, каким образом можно воздействовать на составляющие внутренней и внешней среды предприятия сферы туризма. Какие факторы внешней и внутренней среды в нашей стране не поддаются не только воздействию, но даже контролю и планированию? Ответ обоснуйте.

Задание 5. Проанализируйте известные Вам предприятия сферы туризма, являющиеся лидерами в этой области. Подумайте, какие конкурентные стратегии ими применяются?

Задание 6. Проанализируйте различные типы организационные структур. Выделите преимущества и недостатки для каждой из структур.

Задание 7. Производитель компьютеров открыл 100 розничных магазинов, чтобы продавать продукцию непосредственно конечному потребителю. Расширение его сферы деятельности в цепочке ценностей не мешает ему оставаться в отрасли по производству компьютеров. Определите тип стратегии производителя компьютеров.

Задание 8. Компания в своей стратегии в отношении конкретного бизнеса отказывается от долгосрочного взгляда на него в пользу максимизации доходов в краткосрочной перспективе. Необходимость такого подхода обусловлена бесперспективностью бизнеса, который не может быть прибыльно продан. Стратегия предполагает сокращение конкретного вида деятельности до нулевого уровня и получение максимально возможного дохода. Определите тип стратегии компании.

Задание 9. Представьте себе, что вы специалист по стратегическому управлению и вас пригласила известная компания «А» проконсультировать ее в области стратегического управления. Вы приходите на фирму и приводите всестороннее обследование.

С чего вы начнете свою работу:

- а) с анализа финансового положения фирмы;
- б) изучения целей фирмы;
- в) досконального анализа деятельности высших руководителей;
- г) изучения положения и поведения фирмы на рынке;
- д) анализа производственного потенциала фирмы;
- е) изучения структуры фирмы и системы взаимодействия ее подразделений;
- ж) анализа человеческого потенциала фирмы и управления кадрами?

Распределите эти характеристики деятельности фирмы с точки зрения их значимости для СУ и очередности выполнения этапов.

Задание 10. Проанализируйте типы организационные структур управления туристских фирм. Укажите преимущества и недостатки для каждой из структур.

Для промежуточной аттестации:

БИЛЕТ (пример)

Контрольные вопросы:

1. Предпосылки возникновения, развитие и современное состояние стратегического менеджмента.
2. Стратегия широкой дифференциации: понятие, предпосылки и необходимые условия, преимущества и риски применения данной стратегии.
3. Прикладное задание.

Компания в своей стратегии в отношении конкретного бизнеса отказывается от долгосрочного взгляда на него в пользу максимизации доходов в краткосрочной перспективе. Необходимость такого подхода обусловлена бесперспективностью бизнеса, который не может быть прибыльно продан. Стратегия предполагает сокращение конкретного вида деятельности до нулевого уровня и получение максимально возможного дохода.

Определите тип стратегии компании.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в письменной форме, в виде ответов на контрольные вопросы и решения контрольного прикладного задания. Количество вопросов в билете – 2, прикладных заданий – 1.

Оценка знаний обучающихся осуществляется в баллах в комплексной форме с учётом:

- оценки по итогам текущего и рубежных контролей уровня освоения обучающимися компетенций (для заочной формы обучения – текущего контроля и контроля уровня освоения обучающимися компетенций) контролей (до 60 баллов);
- оценки итоговых знаний в ходе экзамена (до 40 баллов).

Ориентировочное распределение максимальных баллов по видам отчетности

№	Виды отчётности	Баллы
1	Работа на семинарских занятиях	до 20
2	Выполнение самостоятельной работы	до 10
3	Выполнение заданий рубежных контролей (контроля уровня освоения обучающимися компетенций для заочной формы обучения)	до 30 для очной формы обучения (до 15 за 1 рубежный контроль), до 30 в целом – для заочной формы обучения.
4	Результаты промежуточной аттестации	20 - 40
5	Итого	60-100

Экзамен проводится по 40 бальной шкале. Для положительной оценки минимальная сумма баллов – 20, максимальная – 40.

Для положительной оценки минимальная сумма баллов по итогам текущего и рубежного контролей – 40, максимальная – 60.

На основе окончательно набранных баллов (количество баллов, набранных в результате текущего и рубежных контролей, и количество баллов, полученных в результате промежуточной аттестации) успеваемость обучающихся в семестре определяется следующими оценками: «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

При этом действует следующая итоговая шкала:

- менее 60 баллов – оценка «неудовлетворительно»;
- от 60 до 73 баллов – оценка «удовлетворительно»;
- от 74 до 89 баллов – оценка «хорошо»;
- от 90 до 100 баллов – оценка «отлично».

7.3. Критерии оценок знаний по дисциплине «Отлично»

Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному. Магистрант полностью усвоил программный материал. Глубоко знает и самостоятельно излагает содержание вопросов, а также знает основную и дополнительную литературу по теме, владеет соответствующим категориальным аппаратом. Ответ построен на уровне самостоятельного мышления, знания вопроса и всей темы. Материал излагается логически последовательно и полно, с элементами творческого мышления. Умеет самостоятельно делать общие выводы.

«Хорошо»

Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, но качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. Магистрант продемонстрировал достаточно глубокое знание программного материала и самостоятельность мышления. Показал знание предусмотренной программой литературы. Продemonстрировал умение применять свои знания к анализу современной действительности. Показал умение выделить главное, делать выводы и обобщения. Возможны пробелы в усвоении второстепенных вопросов.

«Удовлетворительно»

Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному. Магистрант усвоил лишь основную часть программного материала, в целом знаком с рекомендованной литературой. Ответ обучающегося строится на уровне репродуктивного мышления с нарушением логики изложения материала. Испытывает значительные затруднения в применении знаний к анализу современной действительности. Магистрант не может ответить на дополнительные вопросы, связанные с материалом ответа.

«Неудовлетворительно»

Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено. Магистрант не знает основного содержания рекомендованной литературы, допускает существенные ошибки в освещении поставленных вопросов. Не может увязывать материал с современностью.

7.4. Типовые контрольные задания и иные материалы, для текущего контроля

Тематика докладов

1. Содержание и взаимосвязь центральных понятий в области стратегического менеджмента. Особенности внедрения и реализации стратегического управления в туризме.
2. Процесс стратегического менеджмента: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
3. Стратегия организации: понятие, ключевые характеристики, преимущества и ограничения использования, измерение, оценка и эффективность.
4. Проблемы формирования стратегии развития туризма
5. Организационные аспекты роста эффективности управления туризмом
6. Проблемы повышения доходности туризма
7. Повышение уровня делового администрирования
8. Перспективы совершенствования управленческих навыков
9. Управление жизненным циклом туристского продукта
10. Проблемы управления технологическими инновациями в туризме

11. Информационные технологии в управлении туризмом
12. Понятие и сущность интеграции деятельности организации. Предпосылки и особенности осуществления дезинтеграции и аутсорсинга деятельности организации.
13. Понятие и сущность стратегических решений. Сравнительный анализ стратегических и оперативных решений.
14. Использование матричного анализа в стратегическом управлении: основные виды матриц, их характеристика, условия применения, преимущества и недостатки.
15. Стратегический план организации: процесс разработки, основные разделы, их характеристика и взаимосвязь.
16. Технология реализации стратегии организации: понятие, основные элементы, их характеристика и взаимосвязь.
17. Понятие и сущность стратегических изменений. Основные области стратегических изменений: система управления, персонал, ресурсная база, организационные культура и структура.
18. Понятие и сущность стратегического лидерства в организации. Особенности применения менеджмента изменений при реализации стратегии организации.
19. Понятие и сущность потенциала изменения организации. Процесс изменения организации: основные этапы, их характеристика и взаимосвязь.
20. Сопротивление стратегическим изменениям в организации: понятие и сущность индивидуального и группового сопротивления, сопротивления системы управления, основные методы и способы выявления и преодоления.
21. Понятие и сущность стратегии изменений, выделяемые виды, их характеристика и условия применения.

7.5. Задания для рубежных контролей и контрольные практические задания определены в Фонде оценочных средств по учебной дисциплине «Стратегический менеджмент в туризме»

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Хохрина, О. М. Стратегический менеджмент : учебно-методическое пособие для практических занятий и самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» / О. М. Хохрина. — 2-е изд. — Брянск : Брянский государственный аграрный университет, 2025. — 89 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156434.html>
2. Базиян Н.Р. Стратегический менеджмент / Базиян Н.Р.. — Москва : Юриспруденция, 2025. — 510 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/152620.html>
3. Левушкина, С. В. Стратегический менеджмент : учебник / С. В. Левушкина. — Ставрополь : АГРУС, 2024. — 116 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156616.html>
4. Наумова И.В. Стратегический менеджмент в гостиничном бизнесе : учебно-практическое пособие / Наумова И.В., Краснова М.В., Жуковская И.Ф.. — Владимир : Издательство Владимирского государственного университета, 2024. — 95 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/152338.html>
5. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2023. — 467 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144019.html>
6. Кузнецов, Б. Т. Стратегический менеджмент : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Б. Т. Кузнецов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 623 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142669.html>
7. Воронин, А. Д. Стратегический менеджмент : учебник / А. Д. Воронин, А. В. Королев. — Минск : Вышэйшая школа, 2022. — 272 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129945.html>

8. Клавсуц И.Л. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Клавсуц И.Л., Клавсуц Д.А. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2022. — 115 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126600.html>
9. Самогородская М.И. Стратегический менеджмент : практикум / Самогородская М.И. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 192 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111488.html>
10. Сорокина, Т. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Т. И. Сорокина. — Тюмень : Государственный аграрный университет Северного Зауралья, 2021. — 151 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117669.html>

Дополнительная литература

1. Попович А.М. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.М. Попович. - Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. - 320 с. - (<http://www.iprbookshop.ru/59657>).
2. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: учебник / А.Н. Фомичев. - М.: Дашков и К, 2016. - 468 с. - (<http://www.iprbookshop.ru/60519>).
3. Ополченова Е.В. Стратегический менеджмент: учебно-методическое пособие / Е.В. Ополченова. - М.: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016. — 80 с. — (<http://www.iprbookshop.ru/51870>).
4. Лозик Н.Ф. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Н.Ф. Лозик, М.Н. Кузина, Д.В. Царегородцев. - М.: Русайнс, 2015. — 150 с. -(<http://www.iprbookshop.ru/48976>).
5. Приезжева Е.М. Анимационный менеджмент в туризме: учебное пособие / Е.М. Приезжева. - М.: Советский спорт, 2014. - 240 с. — (<http://www.iprbookshop.ru/40767>).
6. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 577 с. - (<http://www.iprbookshop.ru/52064>).
7. Новичков В.И. Стратегический менеджмент: учебно-методическое пособие / В.И. Новичков, В.Р. Дембовский, И.М. Виноградова. - М.: Дашков и К, 2015. — 202 с. - (<http://www.iprbookshop.ru/60334>).
8. Стратегический менеджмент: учебно-методическое пособие. - М.: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 60 с. - (<http://www.iprbookshop.ru/30362>).

Интернет-ресурсы

1. Университетская электронная библиотека In Folio<http://infofolio.asf.ru/index.asp>
2. Библиотека гуманитарных наук — <http://www.gumer.info/>
3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» - <http://e.lanbook.com>
4. Электронно-библиотечная система "ЭБС IPRBooks" —<http://www.iprbookshop.ru>
5. Библиотека учебной и научной литературы. Русский Гуманитарный Интернет Университет — WWW.I:U.RU

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

После чтения вводной лекции по учебной дисциплине «Предпринимательство в туристской деятельности» преподаватель обязан ознакомить обучающихся:

- с темами лекций и методикой их конспектирования;
- планами семинарских занятий и методикой их проведения;
- с вопросами для самостоятельной работы и методикой контроля за их изучением;
- с вопросами, критериями сдачи зачета с оценкой и методикой его проведения.

Перед проведением очередного семинарского или практического занятия обучающийся обязан:

- отработать в конспекте все вопросы к данному занятию в объеме, обеспечивающем четкие, ясные и конкретные (с примерами) ответы;

- отработать (конспективно) по данной теме вопросы, отнесенные к изучаемым самостоятельно.

Для выполнения поставленных задач обучающийся:

- осуществляет подбор необходимой учебной, научной, учебно-методической литературы и первоисточников;
- прочитывает отобранную литературу по каждому вопросу, а затем составляет конспект или тезисы ответа;
- отчитывается об изучении вопросов на консультациях, при выполнении контрольных работ и других форм оценки текущих и остаточных знаний.

Условиями для успешной самостоятельной работы являются:

1. Целеустремленность и сознательная активность:
 - а) осознанная постановка цели, конкретизация своих задач на самостоятельную работу,
 - б) выбор способа действий, средств,
 - в) волевые усилия,
 - г) анализ сделанного, постановка новых задач.
2. Систематичность и планомерность.

Формы и методы изучения и конспектирования литературы

В работе над литературой можно выделить 3 этапа:

1. Ознакомительный, в ходе которого вы знакомитесь с каталогом библиотеки, делаете выборку к теме, заказываете литературу в библиотеке (учебники, учебные пособия, разработки тем планов, первоисточники и т.д.)

2. Этап чтения литературы.

К чтению есть определенные требования:

- 1) систематичность чтения, т.е. читать не от раза к разу, а ежедневно, желательно с записями в тетрадях и со своими итоговыми выводами (резюме).
- 2) Осмысленность чтения, т.е. надо овладевать понятийным аппаратом.

3. Этап ведение рабочих записей.

- а) можно вести т. н. тематические тетради, в которых делать выписки к определенным темам, а также вести доработку лекций на полях или в самом тексте.
- б) основными формами записи прочитанного могут быть: план, тезисы, конспект.

I. Составление плана прочитанного. Запись в форме плана означает перечисление главных вопросов. В результате получается как бы сжатая схема изучаемого материала. Несколько иначе выглядит развернутый план. Его назначение не только зафиксировать главное в тексте, но и дать необходимое обоснование этой мысли, (цифровые данные, интересные выражения, факты). Причем вопросы плана можно изложить и своими словами и словами автора.

II. Весьма ценным видом записи при чтении являются тезисы. (Основные положения, утверждения от греческого "Teas" – утверждаю). Тезисы составляют промежуточное положение между планом и конспектом. В них кратко дается основное содержание книги. Перед тем, как записывать тезисы, прочитанный текст разделяют на небольшие части – разделы, параграфы или же абзацы в соответствии с планом и затем формулируют сущность прочитанного своими словами, как бы отвечая на вопрос: что именно здесь утверждает, защищает автор. Тезисы позволяют в краткой форме записать обобщение и выводы о прочитанном. Тезисы называются простыми, если выписанные мысли ничем не подтверждаются и сложными, если они подкрепляются доводами, аргументами.

Следовательно, при составлении тезисов необходимо глубоко продумать, понять содержание книги, статьи, и т.п., уметь выделить основные положения и кратко их сформулировать.

III. Составление конспекта прочитанного – это наиболее сложный и содержательный метод записывания при работе с книгой, потому что он объединяет в себе все виды записи и вместе с тем представляет собой нечто более цельное и своеобразное. Конспект книги (от

лат. "коспектус" – обзор) – это краткое, последовательное изложение основного содержания книги, лекции, записанное в последовательной форме, и освобожденное от повторений и т. д. В тоже время в конспекте следует привести, помимо основных мыслей автора, выписки и цитаты, подтверждающие основные положения и выводы, вытекающие из книги. Некоторым, начинающим работать с книгой, кажется, что на конспектирование уходит много времени. Однако нужно понять, что творческие записи в виде конспекта, экономят время, способствуют глубокому изучению материала. Требуемое для конспектирования время будет неуклонно уменьшаться по мере приобретения навыков чтения и краткого изложения прочитанного.

Ценность конспекта повышается, когда в нем содержится не только краткий пересказ произведения, но и собственные мысли, когда конспект является плодом раздумий его составителя (желательно делать выход на современность).

Методика записей:

1. Записывать следует самое главное и по возможности наиболее кратко (запись должна быть сжата и лаконична).

2. Начинать запись надо с тщательно проверенных библиографических данных:

- фамилия и инициалы авторов,
- название книги или статьи (полное),
- место и год издания, издательство и т. д.
- номера журнала или выпуска,
- краткий исторический очерк времени написания книги и т. д.

3. В тетрадях рекомендуется оставлять широкие поля для последующих вставок, дополнений, записей своих мыслей.

4. Записи должны делаться только после окончания чтения данного источника.

Интерактивные формы обучения. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью и задачами программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, а также требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП.

К методам интерактивного обучения относятся те, которые способствуют вовлечению обучающихся в активный процесс получения и переработки знаний, например:

• «Мозговой штурм» (атака) • Тренинг • Работа в группах • Мастер-класс • Презентация	• Приглашение специалиста • Выступление в роли обучающего • Разработка проекта • Решение ситуационных задач
--	--

К интерактивным методам относятся также презентации с использованием различных вспомогательных средств: интерактивной доски, раздаточных материалов, видеофильмов, слайдов, мультимедийной презентации и т.п.

Преподавание и изучение дисциплины предполагает использование следующих видов образовательных технологий:

1. **Информационные образовательные технологии** – обучение в электронной образовательной среде с целью расширения доступа к образовательным ресурсам (теоретически к неограниченному объему и скорости доступа), увеличения контактного взаимодействия с преподавателем, построения индивидуальных траекторий подготовки и объективного контроля и мониторинга знаний студентов.

2. **Работа в команде** – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

3. **Case-study** – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

4. **Игра** – ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах.

5. **Проблемное обучение** – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы.
6. **Контекстное обучение** – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением.
7. **Обучение на основе опыта** – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации и собственного опыта с предметом изучения.
8. **Индивидуальное обучение** – выстраивание студентом собственной образовательной траектории на основе формирования индивидуальной образовательной программы с учетом интересов студента.
9. **Междисциплинарное обучение** – использование знаний из разных областей, их группировка и концентрация в контексте решаемой задачи.
10. **Опережающая самостоятельная работа** – изучение обучающимися нового материала до его изучения в ходе аудиторных занятий.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины представлены также в Методических рекомендациях по проведению семинарских и практических занятий по дисциплине «**Предпринимательство в туристской деятельности**» и в Методических рекомендациях по самостоятельной работе по дисциплине «**Предпринимательство в туристской деятельности**».

10. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине

При освоении дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Перечень основного оборудования: специализированная учебная мебель, технические средства обучения, учебно-наглядные пособия.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая список программного обеспечения и информационных справочных систем

Список программного обеспечения

Лицензионное программное обеспечение:

1. Microsoft Windows 10
2. Microsoft Office 2010 (Word, Excel, PowerPoint)
3. Access 2013 Acdmc

Свободно-распространяемое или бесплатное программное обеспечение

1. Microsoft Security Essentials
2. 7-Zip
3. Notepad++
4. Adobe Acrobat Reader
5. WinDjView
6. Libreoffice (Writer, Calc, Impress, Draw, Math, Base)
7. Scribus
8. Moodle.

Справочные системы

1. Справочно-правовая система «КОНСУЛЬТАНТ»
2. Система проверки на заимствования «ВКР-ВУЗ»
3. Культура. РФ. Портал культурного наследия
4. Культура России. Информационный портал

12. Материально-техническая база, рекомендуемая для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

Составители: кандидат экономических наук доцент кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности Чимирис С.В.