

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории

СВЕРЖДАЮ:
Директор Института управления и
государственной службы
Хавельковский
_____ 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА УСЛУГ»

По направлению подготовки 43.03.01 Сервис
Профиль: «Управление бизнес-процессами в сфере услуг»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии менеджмента услуг» по направлению подготовки 43.03.01 Сервис – 50 с.


Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии менеджмента услуг» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 514, редакция с изменениями N 1456 от 26 ноября 2020 г.).

СОСТАВИТЕЛИ:

старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономической теории Махонич И.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории « 21 » 03 2023 г., протокол № 13


Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории « ___ » _____ 20 ___ г., протокол № ___

Заведующий кафедрой
управления персоналом и экономической теории  Чумаченко Г.В.

Переутверждена: « ___ » _____ 20 ___ г., протокол № _____

Согласована:
Директор института управления и
государственной службы _____ Харьковский Р.Г.
Переутверждена: « ___ » _____ 20 ___ года, протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института
управления и государственной службы « 12 » 04 2023 г., протокол №
8.

Председатель учебно-методической
комиссии института управления и государственной службы  Резник А.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения учебной дисциплины: подготовка бакалавров в области управления организациями сферы сервиса, обладающих развитым экономическим мышлением и необходимыми компетенциями для осуществления высокоэффективной профессиональной деятельности на различных уровнях и в разных видах взаимодействий, владеющих культурой межличностного, делового и межкультурного общения, приверженных морально-нравственным ценностям.

Задачи курса:

овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования установленных компетенций;

обеспечение инновационного характера подготовки на основе оптимального соотношения между сложившимися традициями и современными подходами к организации технологии менеджмента услуг;

удовлетворение потребностей общества и государства в фундаментально образованных и гармонически развитых специалистах, владеющих современными технологиями в области менеджмента услуг;

получение обучающимися как фундаментальных знаний, так и практической подготовки в области менеджмента услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Дисциплина «Технологии менеджмента услуг» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана и помогает сформировать комплексное представление об управлении организациями сервиса.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Сервисная деятельность», «Статистика и аналитика», «Маркетинговые исследования», «Менеджмент в сервисе» и помогает сформировать комплексное представление о методах и способах снижения риска в современных экономических условиях, методиках анализа.

Содержание дисциплины служит основой для освоения дисциплин, обеспечивающих дальнейшую подготовку бакалавра, таких как «Бизнес-планирование на предприятиях сервиса», «Стратегический менеджмент».

Изучение курса «Технологии менеджмента услуг» базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных у студентов в процессе преподавания общенаучных, экономических и управленческих дисциплин.

Содержание дисциплины «Технологии менеджмента услуг» помогает сформировать комплексное представление об управлении организациями сервиса и о роли трудовой деятельности в системе управления предприятием.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
<p>ПК-3. Способен к осуществлению деятельности по управлению проектами в сфере сервиса</p>	<p>ПК-3.2. Участвует в организационно-управленческой деятельности по управлению проектами предприятия сервиса с использованием современных информационных технологий</p>	<p>знать: алгоритм разработки концепции услуги; факторы, влияющие на процессы взаимодействия с потребителями, партнерами, организациями;</p> <p>уметь: проводить сравнение обоснование проектных решений с данными экономической стратегии; использовать современные методы управления, принятия управленческих решений в условиях различных мнений и неопределенности;</p> <p>владеть: методами обработки полученной информации, проводить анализ и применять в проектных решениях; навыками разработки и реализации стратегических и оперативных управленческих решений в функциональных областях менеджмента предприятий в сфере услуг;</p>
<p>ПК-6. Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела)</p>	<p>ПК-6.2. Организует и координирует взаимодействие с подразделениями организации и внешними контрагентами по постпродажному обслуживанию и сервису ПС,</p>	<p>знать: специфику управленческого процесса на предприятиях сферы услуг; базовые подходы к формированию сервисной системы предприятия и методы их реализации с учетом особенностей целевой и ресурсной составляющих деятельности предприятия сферы услуг;</p> <p>уметь: формировать сервисную систему предприятия сферы услуг, учитывающую специфику предоставляемых услуг, целей и ресурсов предприятия; применять методы оценки результатов процессов обслуживания потребителей;</p> <p>владеть: навыками разработки рекомендаций по применению новых технологических процессов, оборудования, инвентаря на объектах сферы обслуживания; использование принципов и методов</p>

		формирования и совершенствования системы клиентских отношений с учетом требований потребителя;
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	216 (6 зач. ед)	216 (6 зач. ед)	216 (6 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	126	38	30
Лекции	72	22	16
Семинарские занятия	-	-	-
Практические занятия	54	16	14
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинг, компьютерные симуляции, интерактивные лекции, семинары, анализ деловых ситуаций и т.п.</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	90	178	186
Форма аттестации	экзамен	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Дисциплина изучается во 4 и 5 семестрах.

4 семестр.

Тема 1. Менеджмент и его место в системе рыночной экономики.

Особенности современной российской экономики и необходимость совершенствования организации управления в России. Понятие, сущность, цели, задачи и основные функции менеджмента в сервисе. Менеджмент как наука и искусство. Основные цели и задачи учебной дисциплины, взаимосвязь с другими учебными дисциплинами. Менеджмент в системе управления рыночной экономикой: понятие рынка услуг, самоуправление собственника, профессиональное управление менеджера, государственное регулирование сервисной деятельности. Сфера предпринимательства и сфера менеджмента, их связь и соотношение. Предприниматель и менеджер, их общее и особенное. Требования к современным менеджерам в сфере услуг. Условия, виды, мотивы предпринимательской деятельности в сфере услуг.

Тема 2. Научные школы менеджмента. Возникновение и развитие менеджмента. Научные подходы в менеджменте. Научные школы менеджмента. Школа научного управления: основные идеи, основоположники научного менеджмента Ф. Тейлор, Г. Форд и Г. Эмерсон. Административная (классическая) школа менеджмента: Д. Муни, Л. Урвик, А.Файоль о принципах и методах управления. Школа человеческих отношений и поведенческих наук.

Школа науки управления или количественных методов. Особенности развития и становления науки управления в России. Управленческие идеи Петра I, А.К. Гастева, П.М. Керженцева, Н.А.Витке и др.

Тема 3. Модели менеджмента. Модели управления. Характеристика американской, японской и западноевропейской моделей менеджмента, их сравнительный анализ. Опыт менеджмента за рубежом, возможности и пути его использования в России. Специфика менеджмента в России.

Тема 4. Специфика менеджмента в сфере сервиса. Условия и предпосылки возникновения менеджмента в сфере услуг. Виды сервисных услуг и их характеристика. Понятие и классификация принципов менеджмента в сервисе. Государственное управление туристической деятельностью: цели, принципы основные направления. Государственные органы управления сферой туризма в России. Понятие социального и экологического туризма.

Тема 5. Прогнозирование и планирование в системе менеджмента. Природа и состав функций менеджмента в сервисе. Необходимость предшествования прогнозирования планированию. Сущность прогнозирования как функции менеджмента в сервисе. Отличие прогнозирования от планирования. Уровни прогнозирования: предвидение и прогноз. Характеристика уровней прогнозирования. Сущность планирования. Постановка целей. Требования к формулировке целей организации. Цели и задачи управления предприятием. Формы планирования. План как инструмент достижения поставленной цели. Виды планов и их классификация. Разработка и реализация перспективных и текущих планов. Основные стадии планирования. Бизнес-планирование. Стратегический менеджмент. Процесс стратегического планирования: миссия и цели, анализ внешней среды, анализ сильных и слабых сторон, анализ альтернатив и выбор стратегии, управление реализацией стратегии, оценка стратегии. Стратегическое планирование туристической деятельности.

Тема 6. Функция организации. Сущность функции организации менеджера. Полномочия и их делегирование. Сущность делегирования. Правила и принципы делегирования. Сущность ответственности. Социальная ответственность руководителей предприятий сервиса. Организация как объект менеджмента в сервисе. Внутренняя и внешняя среда предприятия. Внутренняя среда организации: структура, кадры, внутриорганизационные процессы, технология, организационная культура. Организационные структуры менеджмента: линейная, функциональная, линейно-функциональная, матричная. Преимущества и недостатки различных типов организационных структур. Проектирование организационных структур. Виды структурных подразделений: функциональные, обслуживающие, программно-целевые. Типы организационных структур предприятий сервиса. Структура гостиничной индустрии. Внешняя среда организации: факторы среды прямого воздействия: поставщики (трудовых ресурсов, материалов, капитала), потребители, конкуренты; профсоюзы, законы и государственные органы. Факторы среды косвенного воздействия: состояние экономики, политические факторы, социально-культурные факторы, международные события, научно-технический

прогресс.

Тема 7. Мотивация как функция менеджмента. Понятия мотивации трудовой деятельности и стимулирования, значение мотивации. Мотивация и потребности, иерархия потребностей. Мотивационное поведение. Этапы мотивационного процесса. Основные теории мотивации. Содержательные теории мотивации: теория потребностей А. Маслоу, теория ERG К. Альдерфера, теория приобретенных потребностей Д. МакКелланда, двухфакторная модель Герцберга. Процессуальные теории мотивации: теория ожидания Врума, теория справедливости, теория Портера-Лоулера. Основные положения теории Х и Y Д. МакГрегора. Создание системы мотивации труда. Система мотивации труда на предприятиях сервиса. Экономическое и неэкономическое стимулирование: способы поддержания баланса между ними. Переход от краткосрочных внешних к долгосрочным стимулам. Наказательные и поощрительные виды стимулирования. Основные принципы стимулирования работников кредитно-финансовых учреждений и предприятий: сочетание поощрительных и наказательных видов стимулирования; оперативность. Сущность и структура неэкономического стимулирования персонала. Морально-психологические аспекты мотивации персонала.

Тема 8. Функция контроля в системе менеджмента. Сущность и значение функции контроля на предприятиях сервиса. Организация контроля за деятельностью подчиненных. Виды контроля и их классификация. Контроль как процесс, этапы контроля: выработка стандартов, сопоставление стандартов с результатами, корректирующие действия. Характеристика этапов контроля. Поведенческие аспекты контроля. Ошибки контроля. Контроллинг как форма управления.

Тема 9. Коммуникации в менеджменте и их эффективность. Использование мировых информационных ресурсов в менеджменте. Понятие и значение коммуникаций в организации. Классификация коммуникаций: внутренние и внешние коммуникации, горизонтальные и вертикальные, формальные и неформальные коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникации, письменная и устная коммуникации. Слухи как форма коммуникаций. Информационное обеспечение менеджмента в индустрии гостеприимства. Система коммуникаций. Коммуникационный процесс в сфере услуг, его элементы и этапы. Препятствия и барьеры в коммуникациях. Пути повышения эффективности коммуникаций в индустрии сервиса.

Тема 10. Деловое общение. Деловое общение, его цели и значение в управлении. Деловой этикет. Этика делового общения. Формы делового общения. Процедура служебного телефонного разговора. Деловой разговор и деловая беседа. Классификация совещаний. Организация и проведение совещаний. Конструктивная критика, правила её проведения. Организация и проведение деловых переговоров. Искусство общения с клиентами. Методы ведения деловых переговоров. Искусство гостеприимства.

Тема 11. Управление персоналом. Роль человеческого фактора в современном менеджменте в сервисе. Содержание работы с персоналом. Кадровые службы в организации и их функции. Этапы управления персоналом

в системе менеджмента в сервисе. Планирование трудовых ресурсов. Набор кандидатов, внутренний и внешний. Отбор подходящей кандидатуры, способы отбора: собеседование, испытание, центры оценок. Установление заработной платы и льгот. Профессиональная ориентация и адаптация сотрудника. Обучение персонала. Оценка профессиональных качеств работников и эффективности их труда. Повышение, понижение, перевод, увольнение. Планирование карьеры. Особенности управления персоналом гостиницы.

Тема 12. Управленческие решения. Управленческие решения как конечный продукт деятельности руководителя. Типы решений и требования, предъявляемые к ним. Методы обоснования, принятия и реализации управленческих решений. Этапы принятия решений: установление проблемы, выявление факторов и условий, разработка решений, оценка и принятие решения. Характеристика этапов принятия решений. Методы принятия коллективных решений. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений в сфере услуг.

Тема 13. Управление конфликтами. Конфликты в коллективе как органическая составляющая жизни организации. Сущность и классификация конфликтов: внутриличностный, межличностный, между личностью и группой, межгрупповой. Причины возникновения конфликтов. Стадии развития конфликта. Типичные конфликтные ситуации. Правила поведения в конфликте. Природа и типы конфликтов на предприятии в сфере сервиса. Управление конфликтами. Методы управления конфликтами. Последствия конфликтов: функциональные и дисфункциональные. Роль конфликта в изменении предприятия сервиса.

Тема 14. Современный менеджер и его деятельность. Система самоменеджмента. Основные качества менеджера, работа менеджера. Понятие имиджа, его составные компоненты. Планирование работы менеджера. Затраты и потери рабочего времени. Основные направления улучшения использования времени. Организация рабочего дня, рабочей недели, рабочего места. Улучшение условий и режима работы. Рабочее место руководителя, его эргономические характеристики. Инновационная программа менеджера. Управление рисками, особенности работы менеджеров в кризисной ситуации. Система самоменеджмента: планирование рабочего времени, приобретение навыков скорочтения, развитие интеллектуальных способностей, система аутотренинга. Понятие стресса, способы борьбы со стрессом.

Тема 15. Лидерство и власть. Психология менеджмента. Понятие о психике. Личность и ее структура. Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента, акцентуация характера, организаторские способности. Психологические аспекты малых групп и коллективов: классификация и стадии развития групп, формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе. Сущность власти в управлении. Понятие стиля управленческой деятельности и факторы его формирования. Характеристика авторитарного, демократического, либерального стилей управленческой деятельности. Связь стиля управления и ситуации. Сущность лидерства, современные теории лидерства. Руководитель и

лидер: общее и отличия. Лидерство и роль менеджера в управлении предприятием сервиса.

Тема 16. Эффективность менеджмента в сервисе. Управление экономическими отношениями предприятия в сфере сервиса. Ресурсы и факторы эффективности менеджмента в сервисе. Особенности оценки управленческого труда. Показатели оценки эффективности работы аппарата управления. Эффективное управление запасами. Управление качеством. Пути повышения эффективности менеджмента в сервисе.

5 семестр.

Тема 17. Характеристика понятий «услуга» и «сфера услуг». Сфера услуг: функциональное назначение, секторальный и отраслевой состав и субъекты деятельности. Понятие и сущность услуги. Классификация услуг.

Тема 18. Характеристика сервисной системы. Понятие сервисной системы и ее моделирование. Характеристика основных элементов сервисной системы.

Тема 19. Проектирование сервисной системы. Основные подходы к проектированию сервисной системы. Их взаимосвязь с особенностями услуг и требованиями к ресурсному обеспечению. Сервисный план.

Тема 20. Основные подходы к согласованию спроса и предложения на предприятиях сферы услуг. Специфика управления мощностью предприятия сферы услуг. Средства обеспечения гибкости мощностей. Использование моделей массового обслуживания для управления мощностью предприятия услуг. Основные подходы к управлению спросом и предложением.

Тема 21. Место качества услуг в реализации целей предприятия сферы услуг. Современная трактовка «качества» услуги. Подходы и инструменты к оценке качества услуги: «модель разрывов» и методика «SERVQUAL».

Тема 22. Маркетинговый комплекс в сфере услуг. Состав маркетингового комплекса в сфере услуг и характеристика его элементов. Понятие и алгоритм разработки концепции услуги.

Тема 23. Концепции маркетинга, используемые в сфере услуг. Понятия и взаимосвязь внешнего маркетинга, внутреннего маркетинга и маркетинга взаимоотношений в сфере услуг. Формы и методы формирования партнерских отношений. Методы формирования лояльности потребителей. Предпосылки использования и особенности некоммерческого и социального маркетинга.

Тема 24. Основные подходы к управлению персоналом на предприятиях сферы услуг. Особенности использования трудовых ресурсов на предприятиях сферы услуг. Роль контактного персонала в обеспечении качества услуги. Методы формирования лояльности персонала.

Тема 25. Мощность организации сферы услуг. Особенности определения мощности организаций сферы услуг. Стратегии в отношении мощности организаций сферы услуг. Level Capacity Management. Условия непиикового спроса. Управление очередями. Система бронирования. Chase стратегия. Частичная занятость. Участие потребителей. Стратегия управления

спросом. Ценообразование. Реклама. Способы повышения использования мощностей организаций сферы услуг. Yield Management. Управление очередями.

Тема 26. Дизайн организаций сферы услуг, методы доставки услуг.

Сервисный процесс и его типы. Матрица сервисного процесса. Подходы к дизайну организаций сферы услуг: Production Line Approach, Customer Contact Approach. Метод сервисного плана (Blueprinting). Размещение услуг: основные методы и подходы. «Ландшафтный дизайн» (Servicescapes). Единичные и множественные места предоставления услуг: особенности размещения и доставки. Использование матрицы Р. Шменнера для решения вопроса о способе доставки услуг.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Менеджмент и его место в системе рыночной экономики	2	1	1
2	Научные школы менеджмента	2	-	-
3	Модели менеджмента	2	1	-
4	Специфика менеджмента в сфере сервиса	2	1	1
5	Прогнозирование и планирование в системе менеджмента	4	1	1
6	Функция организации	4	1	1
7	Мотивация как функция менеджмента	2	1	1
8	Функция контроля в системе менеджмента	2	1	1
9	Коммуникации в менеджменте и их эффективность	2	1	-
10	Деловое общение	2	1	-
11	Управление персоналом	2	1	-
12	Управленческие решения	2	1	-
13	Управление конфликтами	2	1	1
14	Современный менеджер и его деятельность. Система самоменеджмента	2	-	-
15	Лидерство и власть	2	-	-
16	Эффективность менеджмента в сервисе	4	1	1
17	Характеристика понятий «услуга» и «сфера услуг».	4	1	1
18	Характеристика сервисной системы.	4	1	1
19	Проектирование сервисной системы.	4	1	1
20	Основные подходы к согласованию спроса и предложения на предприятиях сферы услуг.	4	1	1
21	Место качества услуг в реализации целей предприятия сферы услуг.	3	1	1
22	Маркетинговый комплекс в сфере услуг.	3	1	1
23	Концепции маркетинга, используемые в сфере услуг.	3	-	1
24	Основные подходы к управлению персоналом	3	1	1

	на предприятии сферы услуг.			
25	Мощность организации сферы услуг.	3	1	-
26	Дизайн организаций сферы услуг, методы доставки услуг.	3	1	-
Итого:		72	22	16

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Менеджмент и его место в системе рыночной экономики	2	1	-
2	Научные школы менеджмента	2	-	-
3	Модели менеджмента	2	1	-
4	Специфика менеджмента в сфере сервиса	2	1	1
5	Прогнозирование и планирование в системе менеджмента	2	1	1
6	Функция организации	2	1	1
7	Мотивация как функция менеджмента	2	1	1
8	Функция контроля в системе менеджмента	2	1	1
9	Коммуникации в менеджменте и их эффективность	2	1	-
10	Деловое общение	2	-	-
11	Управление персоналом	2	-	-
12	Управленческие решения	2	-	-
13	Управление конфликтами	2	1	-
14	Современный менеджер и его деятельность. Система самоменеджмента	2	-	-
15	Лидерство и власть	2	-	-
16	Эффективность менеджмента в сервисе	2	1	1
17	Характеристика понятий «услуга» и «сфера услуг».	2	1	1
18	Характеристика сервисной системы.	2	1	1
19	Проектирование сервисной системы.	2	-	1
20	Основные подходы к согласованию спроса и предложения на предприятиях сферы услуг.	4	1	1
21	Место качества услуг в реализации целей предприятия сферы услуг.	2	1	1
22	Маркетинговый комплекс в сфере услуг.	2	1	1
23	Концепции маркетинга, используемые в сфере услуг.	2	-	1
24	Основные подходы к управлению персоналом на предприятии сферы услуг.	2	1	1
25	Мощность организации сферы услуг.	2	-	-
26	Дизайн организаций сферы услуг, методы доставки услуг.	2	-	-
Итого:		54	16	14

4.5. Лабораторные занятия - не предусмотрены

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Менеджмент и его место в системе рыночной экономики	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	6	7
2	Научные школы менеджмента	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	6	7
3	Модели менеджмента	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	6	7
4	Специфика менеджмента в сфере сервиса	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7
5	Прогнозирование и планирование в системе менеджмента	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7
6	Функция организации	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации,	3	7	7

		подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.			
7	Мотивация как функция менеджмента	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7
8	Функция контроля в системе менеджмента	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7
9	Коммуникации в менеджменте и их эффективность	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7
10	Деловое общение	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	6	7
11	Управление персоналом	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7
12	Управленческие решения	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7

13	Управление конфликтами	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7
14	Современный менеджер и его деятельность. Система самоменеджмента	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	3	7	7
15	Лидерство и власть	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	7
16	Эффективность менеджмента в сервисе	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	8
17	Характеристика понятий «услуга» и «сфера услуг».	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	8
18	Характеристика сервисной системы.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	7
19	Проектирование сервисной системы.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации,	4	7	7

		подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.			
20	Основные подходы к согласованию спроса и предложения на предприятиях сферы услуг.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	8
21	Место качества услуг в реализации целей предприятия сферы услуг.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	7
22	Маркетинговый комплекс в сфере услуг.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	7
23	Концепции маркетинга, используемые в сфере услуг.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	7
24	Основные подходы к управлению персоналом на предприятии сферы услуг.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	7
25	Мощность организации сферы услуг.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	7

26	Дизайн организаций сферы услуг, методы доставки услуг.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	4	7	7
Итого:			90	178	185

4.7. Курсовая работа рабочим учебным планом не предусмотрена.

5. Образовательные технологии

На лекционных занятиях применяются следующие образовательные технологии: проблемные лекции, лекция-беседа, лекция-визуализация, лекция-дискуссия с разбором конкретной ситуации.

На практических занятиях применяются следующие активные методы обучения: кейс-технологии, работа в малых группах, метод мозгового штурма, деловые игры, тренинг, методы группового решения творческих задач. А также следующие образовательные технологии:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

6. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Бурменко, Т. Д. Сфера услуг : краткий курс / Т. Д. Бурменко. - Москва : ИНТУИТ, 2016. - 759 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2160970>.

2. Василенко, Н. В. Экономика сферы услуг : учебник / Н.В. Василенко. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 439 с. + Доп. материалы [Электронный

ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/996072. - ISBN 978-5-16-014659-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1981647>.

3. Зворыкина, Т. И. Техническое регулирование: сфера услуг: Учебное пособие / Т.И. Зворыкина, Н.А. Платонова. - Москва : Альфа-М: ИНФРА-М, 2010. - 544 с.: ил.; . ISBN 978-5-98281-136-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/197527>.

4. Развитие сферы услуг на основе клиентоориентированного подхода : монография / В.В. Груздева, Г.В. Груздев, Ю.С. Ключева, В.В. Конова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 172 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1977989. - ISBN 978-5-16-018322-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1977989>.

б) дополнительная литература:

5. Королев, В. И. Основы менеджмента : учебное пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.И. Королева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 624 с. - ISBN 978-5-9776-0040-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2124343>.

6. Егоршин, А. П. Основы менеджмента : учебник / А.П. Егоршин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 350 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019171-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2091889>.

7. Гудилин, А. А. Менеджмент : практикум / А. А. Гудилин, О. О. Скрыбин, Е. В. Трушина. - Москва : Издательский Дом НИТУ «МИСиС», 2023. - 122 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2147676>.

8. Резник, С. Д. Менеджмент : учебное пособие / С. Д. Резник, И. А. Игошина ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С. Д. Резника. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 367 с. — (Менеджмент в высшей школе). — DOI 10.12737/1514558. - ISBN 978-5-16-017017-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1937176>.

в) методические указания:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине "Технологии менеджмента услуг" для бакалавров всех форм обучения по направлению подготовки 43.03.01 "Сервис", профиль "Управление бизнес-процессами в сфере услуг»

2. Методические указания к выполнению контрольных работ по дисциплине "Технологии менеджмента услуг" для бакалавров заочной формы обучения по направлению подготовки 43.03.01 "Сервис", профиль "Управление бизнес-процессами в сфере услуг»

г) интернет-ресурсы:

Образовательный портал. Учись РФ // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--h1aa0abgczd7be.xn--p1ai/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru>

Государственный комитет статистики ЛНР - <https://www.gkslnr.su/>

Министерство экономического развития ЛНР - <https://merlnr.su/>

Министерство труда и социальной политики ЛНР - <https://mintrudlnr.ru/>
 Электронно-библиотечная система «Консультант студента» –
<http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» –<https://www.studmed.ru>
 Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины "Технологии менеджмента услуг" предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером (ноутбуком), презентационная техника (проектор, экран).

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Антивирус	Avast	http://www.avast.com/ru-ru/index
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Распознавание текста	CuneiForm	http://cognitiveforms.ru/products/cunei-form/
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Видеоплеер	Media Player Classic	http://mpc.darkhost.ru/
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт

оценочных средств по учебной дисциплине "Технологии менеджмента услуг"

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
		и	

Начальный	ПК-3. Способен к осуществлению деятельности по управлению проектами в сфере сервиса	Пороговый	знать: алгоритм разработки концепции услуги; факторы, влияющие на процессы взаимодействия с потребителями, партнерами, организациями;
Основной		Базовый	уметь: проводить сравнение обоснование проектных решений с данными экономической стратегии; использовать современные методы управления, принятия управленческих решений в условиях различных мнений и неопределенности;
Заключительный		Высокий	владеть: методами обработки полученной информации, проводить анализ и применять в проектных решениях; навыками разработки и реализации стратегических и оперативных управленческих решений в функциональных областях менеджмента предприятий в сфере услуг;
Начальный	ПК-6. Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела)	Пороговый	знать: специфику управленческого процесса на предприятиях сферы услуг; базовые подходы к формированию сервисной системы предприятия и методы их реализации с учетом особенностей целевой и ресурсной составляющих деятельности предприятия сферы услуг;
Основной		Базовый	уметь: формировать сервисную систему предприятия сферы услуг, учитывающую специфику предоставляемых услуг, целей и ресурсов предприятия; применять методы оценки результатов процессов обслуживания потребителей;
Заклучительный		Высокий	владеть: навыками разработки рекомендаций по применению новых технологических процессов, оборудования, инвентаря на объектах сферы обслуживания; использование принципов и методов формирования и совершенствования системы клиентских отношений с учетом требований потребителя;

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-3	Способен к осуществлению деятельности по управлению проектами в сфере сервиса	ПК-3.2. Участвует в организационно-управленческой деятельности по управлению проектами предприятия сервиса с использованием современных информационных технологий	<p>Тема 1. Менеджмент и его место в системе рыночной экономики</p> <p>Тема 2. Научные школы менеджмента.</p> <p>Тема 3. Модели менеджмента.</p> <p>Тема 4. Специфика менеджмента в сфере сервиса.</p> <p>Тема 5. Прогнозирование и планирование в системе менеджмента.</p> <p>Тема 6. Функция организации. Тема 7. Мотивация как функция менеджмента.</p> <p>Тема 8. Функция контроля в системе менеджмента.</p> <p>Тема 9. Коммуникации в менеджменте и их эффективность.</p> <p>Тема 10. Деловое общение.</p> <p>Тема 11. Управление персоналом.</p> <p>Тема 12. Управленческие решения.</p> <p>Тема 13. Управление конфликтами.</p> <p>Тема 14. Современный менеджер и его деятельность. Система самоменеджмента.</p> <p>Тема 15. Лидерство и власть.</p> <p>Тема 22. Маркетинговый комплекс в сфере услуг.</p> <p>Тема 23. Концепции маркетинга, используемые в сфере услуг.</p> <p>Тема 24. Основные</p>	4, 5

				подходы к управлению персоналом на предприятии сферы услуг.	
2.	ПК-6	Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела)	ПК-6.2. Организует и координирует взаимодействие с подразделениями организации и внешними контрагентами по постпродажному обслуживанию и сервису ПС,	<p>Тема 16. Эффективность менеджмента в сервисе.</p> <p>Тема 17. Характеристика понятий «услуга» и «сфера услуг».</p> <p>Тема 18. Характеристика сервисной системы.</p> <p>Тема 19. Проектирование сервисной системы.</p> <p>Тема 20. Основные подходы к согласованию спроса и предложения на предприятиях сферы услуг.</p> <p>Тема 21. Место качества услуг в реализации целей предприятия сферы услуг.</p> <p>Тема 25. Мощность организации сферы услуг.</p> <p>Тема 26. Дизайн организаций сферы услуг, методы доставки услуг.</p>	4, 5

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	оценивание оценочного результата
-------	-----------------	-----------------------------------	---	--	----------------------------------

1	<p style="text-align: center;">ПК-3</p> <p style="text-align: center;">Способен к осуществлению деятельности по управлению проектами в сфере сервиса</p>	<p>ПК-3.2. Участствует в организационно-управленческой деятельности по управлению проектами предприятия сервиса с использованием современных информационных технологий</p>	<p style="text-align: center;">знать: алгоритм разработки концепции услуги; факторы, влияющие на процессы взаимодействия с потребителями, партнерами, организациями;</p> <p style="text-align: center;">уметь: проводить сравнение обоснование проектных решений с данными экономической стратегии; использовать современные методы управления, принятия управленческих решений в условиях различных мнений и неопределенности;</p> <p style="text-align: center;">владеть: методами обработки полученной информации, проводить анализ и применять в проектных решениях; навыками разработки и реализации стратегических и оперативных управленческих решений в функциональных областях менеджмента предприятий в сфере услуг;</p>	<p>Тема 1. Менеджмент и его место в системе рыночной экономики Тема 2. Научные школы менеджмента. Тема 3. Модели менеджмента. Тема 4. Специфика менеджмента в сфере сервиса. Тема 5. Прогнозирование и планирование в системе менеджмента. Тема 6. Функция организации. Тема 7. Мотивация как функция менеджмента. Тема 8. Функция контроля в системе менеджмента. Тема 9. Коммуникации в менеджменте и их эффективность. Тема 10. Деловое общение. Тема 11. Управление персоналом. Тема 12. Управленческие решения. Тема 13. Управление конфликтами. Тема 14. Современный менеджер и его деятельность. Система самоменеджмента. Тема 15. Лидерство и</p>	<p style="text-align: center;">(прикладное задание)</p>
---	---	---	---	--	---

	<p align="center">ПК-6</p> <p align="center">Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела)</p>	<p>ПК-6.2. Организовывает и координирует взаимодействие с подразделениями организации и внешними контрагентами по постпродажному обслуживанию и сервису ПС,</p>	<p align="center">знать:</p> <p>специфику управленческого процесса на предприятиях сферы услуг; базовые подходы к формированию сервисной системы предприятия и методы их реализации с учетом особенностей целевой и ресурсной составляющих деятельности предприятия сферы услуг;</p> <p align="center">уметь:</p> <p>формировать сервисную систему предприятия сферы услуг, учитывающую специфику предоставляемых услуг, целей и ресурсов предприятия; применять методы оценки результатов процессов обслуживания потребителей;</p> <p align="center">владеть:</p> <p>навыками разработки рекомендаций по применению новых технологических процессов, оборудования, инвентаря на объектах сферы обслуживания; использование принципов и методов формирования и совершенствования системы клиентских отношений с учетом требований потребителя;</p>	<p>Тема 16. Эффективность менеджмента в сервисе. Тема 17. Характеристика понятий «услуга» и «сфера услуг». Тема 18. Характеристика сервисной системы. Тема 19. Проектирование сервисной системы. Тема 20. Основные подходы к согласованию спроса и предложения на предприятиях сферы услуг. Тема 21. Место качества услуг в реализации целей предприятия сферы услуг. Тема 25. Мощность организации сферы услуг. Тема 26. Дизайн организаций сферы услуг, методы доставки услуг.</p>	<p align="center">доклад, сообщение, тестовые задания и задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)</p>
--	---	--	---	--	---

1. Типовые тестовые задания (пороговый уровень)

1. Цель — это:
- а) модель необходимого будущего состояния такого объекта, в движении которого имеет место феномен управления;
 - б) будущее состояние фирмы;
 - в) модель прошлого состояния субъекта;
 - г) модель будущего движения компании.

2. Перечислите основные функции процесса управления:

- а) планирование, организация персонала, регулирование производства;
- б) целеобразование, планирование, реализация плана, контроль;
- в) сбор информации, прогнозирование, целеобразование, планирование, реализация плана, контроль;
- г) целеобразование, обмен информацией, реализация плана, согласование.

3. Определите понятие «простейшие отношения управления»:

а) отношения управления связывают не менее трех человек, из которых один является управляющим, а другие управляемыми. Отношение управления включает в себя следующие составляющие: с одной стороны, отношения власти, носителем которой выступает управляющий, а с другой — отношения подчинения, носителями которых выступают управляемые;

б) простейшие отношения управления связывают двух человек, из которых один является управляющим, а другой — управляемым. Отношения управления включают в себя два составляющих: с одной стороны, отношение власти, носителем которого выступает управляющий, а с другой — отношение подчинения, носителем которого выступает управляемый;

в) простейшие отношения управления связывают не менее двух человек, из которых один является управляющим, а другой управляемым. Отношения управления включают в себя два составляющих: с одной стороны, отношение собственности на средства производства, носителем которого выступает управляющий, а с другой — отношение присвоения, носителем которого выступает управляемый;

г) отношения управления связывают двух и более человек, из которых один является начальником, а другие — подчиненными. Отношения управления включают в себя следующие составляющие: с одной стороны, отношение власти, носителем которого выступает начальник, а с другой — отношения присвоения средств производства, носителями которых выступают подчиненные.

4. Организация — это:

а) социальная структура, в которой люди связаны системой отношений собственности;

б) социальная структура, в которой люди связаны системой отношений, главными среди которых выступают отношения управления;

в) социальная структура, в которой люди связаны отношениями сотрудничества;

г) социальная структура, осуществляющая процесс производства.

5. Менеджмент представляет собой:

а) управление технологическими процессами;

б) деятельность управленческого персонала;

в) процесс управления организациями;

г) вид деятельности персонала компании.

6. Основателем школы научного управления был:

а) Э. Мэйо;

б) Д. Макгрегор;

в) А. Маслоу;

г) У. Тейлор.

7. К сфере сервиса и туризма относят:

а) отрасли, осуществляющие производство услуг, направленных на удовлетворение потребностей человека;

б) производство услуг в домашних хозяйствах;

в) медицинское обслуживание в государственных медицинских учреждениях;

г) производство продуктов питания.

8. Франчайзинговое объединение основано:

а) на договорных отношениях по продаже бренда известной компании, позволяет обеспечить горизонтальную интеграцию компаний одной отрасли;

б) на объединении компаний посредством обмена акциями;

в) на договорных отношениях, представляет собой форму вертикальной интеграции участников последовательных стадий производственных процессов;

г) на объединении предприятий в рамках одной компании в форме вертикальной интеграции.

9. Главным в стратегическом управлении является то, что оно:

а) ориентируется не на производство продукта, а на удовлетворение потребностей покупателей производимой продукции;

б) основано на долгосрочном планировании;

в) исходит из необходимости точно устанавливать цели деятельности компании;

г) основано на учете интересов работников компании.

10. Условия конкуренции в сфере сервиса и туризма:

а) не зависят от высоты рыночных барьеров, т.е. возможности входа компаний на данный рынок;

б) определяются относительно невысокими барьерами вхождения на рынок;

в) определяются относительно длительным жизненным циклом продукта;

г) определяются тем, что в этой сфере действует небольшое количество крупных компаний.

11. Потребностями наиболее высокого уровня в соответствии с теорией иерархии потребностей Маслоу являются:

а) потребности самовыражения;

б) потребности принадлежности и причастности;

в) физиологические потребности;

г) потребности безопасности.

12. Потребностями самого низкого уровня в соответствии с теорией иерархии потребностей Маслоу являются:

а) потребности самовыражения;

б) потребности принадлежности и причастности;

в) физиологические потребности;

г) потребности безопасности.

13. Особенности производственных процессов компаний в сфере сервиса и туризма обусловлены тем, что продукт, производимый в данной сфере:

- а) характеризуется однотипностью и является стандартным;
- б) выступает в форме услуги и ориентирован на удовлетворение индивидуальных потребностей;
- в) по преимуществу имеет материальную форму длительно хранящегося продукта;
- г) производится значительными массами как однотипный стандартный продукт.

14. Масштаб управляемости является наиболее узким:

- а) в ресторанном бизнесе;
- б) в химической промышленности;
- в) в металлургии;
- г) в дорожном строительстве.

15. Линейные связи внутри компании устанавливаются:

- а) между руководителями одного уровня;
- б) между работниками различных подразделений;
- в) между работниками одного и того же подразделения;
- г) между начальником и подчиненным.

16. Миссия организации выражает собой:

- а) прогноз будущего состояния внутренней среды организации;
- б) краткосрочные цели организации;
- в) предназначение, смысл существования организации;
- г) потребности наемных работников компании.

17. Противостояние между менеджерами и водителями автобусов туристической фирмы представляет собой:

- а) межличностный конфликт;
- б) внутригрупповой конфликт;
- в) внутриличностный конфликт;
- г) межгрупповой конфликт.

18. Для компаний, действующих в сфере сервиса и туризма, в большей степени свойственны:

- а) органический тип организации;
- б) механистический тип организации;
- в) одномерные учения об управлении;
- г) синтетические учения об управлении.

19. Для организаций в сфере сервиса и туризма в большей степени присуще распределение прав и ответственности:

- а) основанных на системе единства подчинения;
- б) основанных на системе двойного подчинения;
- в) основанных на системе множественного подчинения;
- г) основанных на матричных системах управления.

20. Потребностям существования, по теории *ERG* Альдерфера, соответствуют следующие потребности по Маслоу:

- а) принадлежности и причастности;

- б) самовыражения;
- в) физиологические и безопасности;
- г) признания и самовыражения.

21. Для компаний в сфере сервиса и туризма в большей степени характерны следующие подходы в построении систем управления:

- а) ситуационный подход;
- б) системный подход;
- в) процессный подход;
- г) иные подходы.

22. Наибольшее применение в системе управления экономикой в советское время нашли методы:

- а) школы научного управления;
- б) школы человеческих отношений;
- в) школы науки о поведении (бихевиористские учения);
- г) школы количественных методов управления.

23. Школа количественных методов основывалась:

а) на количественном измерении и оптимизации функций производственного работника;

б) на измерении времени, затрачиваемого на отдельные операции работником;

в) на построении числовых моделей процессов в компании и последующей оптимизации моделей этих процессов;

г) на оптимизации поставок сырья и материалов в компанию.

24. Процессный подход в построении системы управления основывается:

а) на концентрировании внимания менеджеров на ситуации во внутренней и внешней среде компании;

б) на процессах, протекающих в системе управления, функциях управления;

в) на технологических производственных процессах, протекающих в компании;

г) на процессах, протекающих во внешней среде компании.

25. Представления о специфике менеджмента в компаниях сервиса и туризма появились:

а) ранее, чем в промышленных компаниях;

б) в 1930-е гг.;

в) в середине XX в.;

г) в 1980-е гг.

26. Специфика менеджмента в компаниях сервиса и туризма обусловлена:

а) уровнем подготовки персонала;

б) длительными сроками хранения продукта;

в) особенностями производимого продукта;

г) значительным объемом основных фондов компаний.

27. Компании в сфере сервиса и туризма характеризуются:

а) относительно небольшими размерами;

б) широким масштабом управляемости;

- в) высокой степенью автоматизации производственных процессов;
- г) концентрацией производства на одной производственной площадке.

28. Увеличение масштабов деятельности компаниями сервиса и туризма достигается посредством:

- а) концентрации производства в рамках одного предприятия;
- б) узкой специализации на производстве отдельного продукта;
- в) формирования объединений предприятий на основе горизонтальной интеграции;
- г) повышения уровня автоматизации и механизации производственных процессов.

29. Наибольшие по количеству предприятий сети гостиниц, ресторанов формируются посредством форм объединений на основе:

- а) обмена акциями;
- б) привлечения инвестиций с помощью выпуска облигационных займов;
- в) продажи акций с небольшими номиналами;
- г) франчайзинга.

30. Крупнейшую в мире гостиничную сеть имеет компания:

- а) *Marriott International'*,
- б) *Best Western International'*,
- в) *Holiday Inn Worldwide'*, г) *ITT Sheraton Corp.*

31. Одним из методов уклонения от риска является:

- а) страхование риска;
- б) создание резервов;
- в) диверсификация деловых партнеров;
- г) попытка избегать новых непроверенных видов продукта.

32. К методам компенсации рисков в сервисе и туризме относится:

- а) создание венчурных компаний, в которых опробуются новые проекты;
- б) избегание найма новых работников;
- в) диверсификация техники и технологий;
- г) страхование рисков.

33. Для туристических компаний более характерны риски:

- а) обусловленные изменениями экологии и природными катаклизмами в стране прибытия;
- б) обусловленные изменениями технологии производства в туристической отрасли;
- в) вызванные изменением режима налогообложения;
- г) обусловленные инфляционными явлениями в российской экономике.

34. Фактором, определяющим особенности управления персоналом в компаниях сервиса и туризма, является:

- а) относительно высокий уровень квалификации персонала;
- б) относительно высокая доля женщин в составе наемного персонала, желающих работать неполный рабочий день;
- в) равномерно высокая интенсивность труда в продолжение всего рабочего дня;
- г) высокая степень специализации на определенных производственных

функциях.

35. Наиболее важной для компании сервиса и туризма является оценка качества работы служащего со стороны:

- а) непосредственного руководителя;
- б) руководства подразделения, в котором занят работник;
- в) клиента компании;
- г) самооценка работника.

36. Система мотивации труда служащих компании сервиса и туризма строится на основе:

- а) выявления потребностей работников;
- б) совершенствования системы оплаты персонала;
- в) ведения переговоров администрации с коллективом работников по улучшению условий труда;
- г) ежегодного заключения коллективного договора.

37. Стимулами, побуждающими человека к труду, являются:

- а) увеличение размеров заработной платы;
- б) улучшение условий труда;
- в) улучшение отношений между начальниками и подчиненными в компании;
- г) внешние воздействия на человека (работника).

38. Группы потребностей в форме иерархии расположил:

- а) К. Альдерфер;
- б) А. Маслоу;
- в) Д. МакКлелланд;
- г) Ф. Герцберг.

39. Теорию двух факторов разработал:

- а) Э. Мэйо;
- б) Ф. Герцберг;
- в) А. Маслоу;
- г) У. Тейлор.

40. Особенности производства и потребления услуг в сфере сервиса и туризма определяют специфику воздействия конфликтов на предлагаемый данной сферой продукт:

- а) качество услуг в сторону их понижения;
- б) объемы производства;
- в) технологию производства услуги;
- г) объем получаемой компанией прибыли.

41. К структурным методам управления конфликтами могут быть отнесены:

- а) попытка руководителя решить конфликт без учета интересов одной из сторон;
- б) принятие уступок в своих исходных позициях каждой из сторон конфликта;
- в) внесение изменений в составе подразделений и системе их взаимодействия;

г) попытки игнорировать наличие конфликта.

42. Горизонтальное разделение труда в компании обусловлено:

а) наличием подразделений, осуществляющих технологические операции по стадиям производства;

б) рыночным обменом различных компаний, осуществляющих технологические операции по стадиям производства;

в) регулированием деятельности компаний со стороны государственных органов власти;

г) наличием различных уровней управления в иерархической структуре.

43. Главной причиной выделения подразделений в рамках одной компании в сфере сервиса и туризма является:

а) различие технологических процессов, осуществляемых отдельными работниками;

б) специализация менеджеров на выполнении определенных функций управления;

в) территориальное разделение работников на разных производственных площадках;

г) определенный масштаб управляемости при выполнении работниками конкретных производственных функций.

44. Количество работников, занятых в компании сервиса и туризма, непосредственно определяется:

а) сложностью производственных процессов, осуществляемых компанией;

б) уровнем квалификации работников в компании;

в) организационной структурой, принятой в компании;

г) оптимальными значениями показателя масштаба управляемости и числом уровней управления.

45. Для компаний в сфере сервиса и туризма характерным является:

а) относительно узкий масштаб управляемости;

б) большое число уровней управления;

в) широкий масштаб управляемости;

г) широкий масштаб управляемости и большое количество уровней управления.

46. Для компаний более характерна департаментизация:

а) матричная;

б) функциональная;

в) по продукту и потребителю;

г) линейная.

47. Главной формой связей в иерархических организационных структурах между линейными подразделениями являются:

а) неформальные связи;

б) горизонтальные связи;

в) косвенные связи;

г) вертикальные связи.

48. Коммуникационным стилем называют:

- а) способы шифрования передаваемых сообщений;
- б) принятые в организации формы индивидуального поведения в процессах обмена информацией;
- в) способы обозначения субъекта в сообщении;
- г) последовательность расположения различных видов информации в сообщениях.

49. Вертикальные связи возникают:

- а) между руководителями одного уровня управления;
- б) между функциональными и производственными подразделениями;
- в) между начальником и подчиненными;
- г) между технологически не связанными производственными подразделениями.

50. Первой стадией процесса принятия решения является:

- а) осознание проблемы и признание необходимости каких-либо действий;
- б) описание проблемы, создание модели нежелательного состояния организации;
- в) разработка проекта действий для решения проблемы;
- г) оценивание предлагаемых проектов решений.

51. Общей целью компаний, осуществляющих стратегическое управление, является:

- а) производство продукта;
- б) совершенствование технологий производства;
- в) инновационная деятельность;
- г) удовлетворение потребностей покупателей продукта, клиентов компании.

52. К микросреде компании сервиса и туризма обычно относятся:

- а) составные части внешней среды, которые непосредственно воздействуют на компанию;
- б) население страны, в которой действует компания;
- в) конкуренты компании;
- г) транспортная инфраструктура территории, на которой действует компания.

53. Миссия компании представляет собой:

- а) наиболее общее выражение изначальной цели компании, выражающей смысл существования компании;
- б) долгосрочная цель компании;
- в) система среднесрочных целей компании;
- г) выражение интересов менеджеров компании.

54. К группам заинтересованных лиц компании относятся:

- а) население территории, на которой действует компания;
- б) конкуренты компании;
- в) учредители, акционеры компании, наемный персонал, потребители продукции, деловые партнеры;
- г) органы законодательной власти страны, в которой действует компания.

55. Последовательность осуществления функций стратегического

управления компании состоит в последовательном формировании:

а) миссии, информации об окружающей среде, прогнозов, системы долгосрочных целей, стратегических планов;

б) информации об окружающей среде, прогнозов, системы долгосрочных целей, стратегических планов, миссии;

в) прогнозов, стратегических планов, миссии, информации об окружающей среде, системы долгосрочных целей;

г) миссии, системы долгосрочных целей, информации об окружающей среде, прогнозов, стратегических планов.

56. Стратегии компании принимаются:

а) менеджерами производственных подразделений;

б) менеджерами средних уровней управления;

в) специализированными функциональными подразделениями;

г) верхними уровнями управления.

57. Эталонная стратегия развития рынка реализуется посредством:

а) разработки нового продукта и расширения его продаж на прежнем рынке;

б) установления большего контроля над поставщиками сырья;

в) внедрения ранее производимого продукта на новые для компании рынки;

г) установления контроля над конкурентами.

58. Для текущего управления компании характерна концентрация внимания на внутренних процессах в условиях, которые предполагают:

а) обострение конкуренции на рынках;

б) относительно стабильную внешнюю среду;

в) регулярный переход на новые виды продукции;

г) быстрое расширение рынков компании.

59. Функции текущего управления имеют тенденцию:

а) осуществляться самыми высокими уровнями управления;

б) опускаться на более низкие уровни управления;

в) осуществляться собранием акционеров;

г) осуществляться менеджерами производственных подразделений.

60. Инновация представляет собой:

а) отыскание новых источников финансирования инвестиционных проектов;

б) совершенствование организации производства компании;

в) автоматизацию процессов учета движения активов компании;

г) введение новшеств по всем направлениям деятельности, производства продукта компаний, организаций.

61. Введение инноваций внутри компаний в сервисе и туризме:

а) есть реакция на изменения во внешней среде, несущие риски снижения доходности;

б) вызывается стремлением повысить качество производимого продукта;

в) вызывается стремлением повысить степень удовлетворения потребностей покупателя продукта;

г) обусловлено стремлением повысить эффективность производства посредством снижения издержек.

62. Инновациями называют такие нововведения, которые:

а) усовершенствуют технологию производства в компании, сокращая издержки;

б) отражаются на характеристиках продукта;

в) обеспечивают ускорение процессов сбора и обработки информации о состоянии и динамике рынков продукта;

г) повышают производительность труда работников компании.

63. Риск представляет собой:

а) вероятность наступления неблагоприятного для бизнеса события во внешней среде компании;

б) вероятность наступления неблагоприятного для бизнеса события во внутренней среде компании;

в) прогноз ожидаемого неблагоприятного события, влекущего за собой ущерб компании;

г) величину ущерба компании от наступившего неблагоприятного события.

64. Угрозами называют факторы, которые порождают:

а) нестрахуемый риск;

б) риск утраты определенного рынка сбыта;

в) риск снижения прибыли компании;

г) риск банкротства компании.

65. Лидер в организации — это человек:

а) выражающий интересы менеджеров компании высшего уровня;

б) в большей степени, чем другие работники, влияющий на отношения в коллективе;

в) определяющий цели организации;

г) оказывающий влияние на формирование корпоративной культуры.

66. Высший руководитель организации:

а) приобретает власть в силу назначения и может не обладать качествами лидера;

б) является формальным лидером и не обязательно обладает качествами лидера;

в) обязательно должен обладать качествами лидера;

г) является избираемым лицом и должен обладать качествами лидера.

67. В сфере сервиса работник:

а) призван выступать в качестве лидера не только по отношению к своим сослуживцам, но и в отношениях к клиентам компании;

б) предпочитает уступать лидерство в отношениях с клиентами;

в) не принимает на себя функции лидера в отношениях с клиентами, но уклоняется от принятия лидерства клиента;

г) в отношениях с клиентами избегает признания лидерства.

68. Психологические стрессы работников, осуществляющих функции менеджеров в сфере сервиса и туризма:

а) негативно влияют на человека и нежелательны;
б) являются приспособительной реакцией на изменения, происходящие в компании и ее внешней среде, и обеспечивают развитие человека и организации;

в) недопустимы и должны предотвращаться;

г) отрицательно характеризуют работника.

69. Основной целью ВТО является:

а) удовлетворение потребностей населения стран — членов ВТО в туристических услугах;

б) содействие экономическому развитию стран — членов ВТО;

в) обеспечение мира и взаимопонимания между странами;

г) содействие развитию туризма для внесения вклада в экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свобод для всех людей без различия расы, пола, языка и религии.

70. Высшим органом ВТО является:

а) секретариат ВТО;

б) Генеральная ассамблея ВТО;

в) президент Генеральной ассамблеи ВТО;

г) Исполнительный совет ВТО.

71. Особенностью услуг не является:

а) непостоянство качества;

б) неосвязаемость;

в) неотделимость от источника;

г) возможность хранения.

72. Закон спроса устанавливает:

а) прямую зависимость между изменением величины спроса и изменением цены;

б) отсутствие зависимости между изменением величины спроса и изменением цены;

в) обратную зависимость между изменением цены и изменением величины спроса;

г) прямую зависимость между изменением цены и изменением величины спроса.

73. Спрос на туристские услуги является:

а) эластичным;

б) неэластичным;

в) абсолютно эластичным;

г) абсолютно неэластичным.

74. К производству материальных услуг относят:

а) сферу образования;

б) сферу здравоохранения;

в) сферу торговли;

г) сферу страхования.

75. К основным тенденциям развития современной мировой сферы

сервиса не относится:

- а) возрастающее значение сферы услуг в мировой экономике;
- б) усиление интеграции с материальным производством;
- в) усиление индивидуального характера производства услуг;
- г) слабое развитие производства наукоемких видов услуг.

76. Особенностью предприятий сферы сервиса не является:

- а) сезонные колебания спроса;
- б) сложность оценки качества услуг;
- в) длительный производственный цикл;
- г) большое значение работы персонала.

77. Закон предложения устанавливает:

а) прямую зависимость между изменением величины предложения и изменением цены;

б) отсутствие зависимости между изменением величины предложения и изменением цены;

в) обратную зависимость между изменением цены и изменением величины предложения;

г) прямую зависимость между изменением цены и изменением величины предложения.

78. Эластичность спроса представляет собой:

- а) обратную зависимость между ценой и величиной спроса;
- б) степень изменения спроса под влиянием какого-либо фактора;
- в) прямую зависимость между ценой и величиной спроса;
- г) нет правильного ответа.

79. К третичному сектору сферы услуг относят:

- а) сферу образования;
- б) сферу здравоохранения;
- в) сферу торговли;
- г) сферу транспорта.

80. Основной проблемой развития российской сферы услуг является:

- а) превышение экспорта услуг над импортом;
- б) недостаточная дифференциация услуг;
- в) невысокое качество услуг;
- г) невысокий спрос на нематериальные услуги.

81. Гражданский кодекс России в ст. 2 не определяет следующий признак предпринимательской деятельности:

- а) самостоятельность;
- б) безрисковый характер;
- в) направленность на получение прибыли;
- г) систематичность.

82. Предпринимательской деятельностью можно заниматься:

а) только создав юридическое лицо;

б) зарегистрировавшись в качестве предпринимателя или юридического лица;

в) создав неопределённое лицо;

г) ничего не регистрируя.

83. Парикмахерские, маршрутные такси, турфирмы - это предпринимательство:

- а) коммерческое;
- б) производственное;
- в) посредническое;
- г) финансовое.

84. Основным критерием количественного разграничения предпринимательских фирм выступает:

- а) стоимость бизнеса фирмы;
- б) численность работников фирмы;
- в) количество участников-нерезидентов фирмы;
- г) количество фирм на рынке.

85. Что из перечисленного не относится к формам имущественной поддержки предпринимательства:

- а) передача в пользование земельных участков;
- б) предоставление в аренду производственных помещений;
- в) передача во владение и (или) пользование технологического оборудования;
- г) предоставление грантов.

86. Что из ниже перечисленного не является характерной чертой предпринимательской деятельности:

- а) самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов, действующих в рамках правовых норм;
- б) творческий потенциал;
- в) экономическая заинтересованность, преследующая цель получения прибыли;
- г) систематичность.

87. Банки - это предпринимательство:

- а) коммерческое;
- б) производственное;
- в) финансовое;
- г) страховое.

88. Какова максимальная численность работников микро предприятий в РФ:

- а) до 35 сотрудников;
- б) до 25 сотрудников;
- в) до 15 сотрудников;
- г) до 5 сотрудников.

89. Какой документ относят к документам строгой отчетности туристской фирмы:

- а) устав предприятия;
- б) бухгалтерский баланс;
- в) отчет о прибылях и убытках;
- г) туристскую путевку.

90. Какая деятельность в РФ подлежит обязательному лицензированию:

- а) туристская;
- б) образовательная;
- в) гостиничная;
- г) парикмахерская.

91. Какие организации признаются коммерческими:

- а) любые организации, имеющие самостоятельный баланс или смету;
- б) любые организации, получающие прибыль;
- в) организации, основной целью которых является получение прибыли;
- г) организации, функционирующие в сфере товарного обращения.

92. Предприятия с численностью работников свыше 250 человек относятся к:

- а) малым;
- б) средним;
- в) большим;
- г) гигантским.

93. Общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, называется:

- а) общество с дополнительной ответственностью;
- б) закрытое акционерное общество;
- в) открытое акционерное общество;
- г) общество с ограниченной ответственностью.

94. Каковы основные источники формирования основных средств предприятия:

- а) средства учредителей и кредиты;
- б) прибыль и амортизационные отчисления;
- в) средства учредителей, собственные средства и кредиты;
- г) нет правильного ответа.

95. Амортизация — это:

- а) отчисления, соответствующие степени износа основных фондов;
- б) часть балансовой стоимости основных фондов, учитывающая степень износа основных фондов и выраженная в процентах;
- в) процесс постоянного перенесения стоимости основных фондов на реализуемую продукцию и услуги в целях накопления средств для полного их восстановления;
- г) расходы на содержание основных фондов.

96. Оборотные средства предприятия - это:

- а) совокупность средств, функционирующих в сфере обращения;
- б) совокупность денежных средств, вложенных в оборотные производственные фонды и фонды обращения;
- в) предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс;
- г) невещественные элементы оборотных фондов.

97. Коэффициент оборачиваемости характеризует:

- а) объем товарной продукции на 1 руб. основных производственных

фондов;

- б) затраты производственных фондов на 1 руб. товарной продукции;
- в) количество оборотов оборотных средств за определенный период;
- г) среднюю продолжительность одного оборота оборотных средств.

98. При какой системе оплаты труда заработная плата начисляется по тарифной ставке работника данного разряда за фактически отработанное время:

- а) простой повременной системе;
- б) повременно-премиальной системе;
- в) окладной системе;
- г) сдельной системе.

99. Затраты, общая величина которых на данный период времени находится в непосредственной зависимости от объема производства и реализации — это:

- а) прямые затраты;
- б) косвенные затраты;
- в) переменные затраты;
- г) постоянные затраты.

100. Исчисление себестоимости единицы продукции или услуги по статьям расходов - это:

- а) калькуляция;
- б) расчет;
- в) смета;
- г) нет правильного варианта ответа.

101. Рентабельность продукции рассчитывается следующим образом:

- а) делением прибыли на себестоимость продукции (в %);
- б) делением выручки на себестоимость продукции (в %);
- в) делением себестоимости продукции на выручку (в %);
- г) делением себестоимости продукции на прибыль (в %).

102. Ценовая стратегия, заключающаяся в установлении высокой цены на новый

товар или услугу, называется:

- а) стратегия проникновения на рынок;
- б) стратегия «снятия сливок»;
- в) стратегия гибких цен;
- г) стратегия стабильных цен.

103. К основным составляющим финансовой работы на предприятии не относят:

- а) обеспечение хозяйственной деятельности финансовыми средствами;
- б) повышение квалификации работников предприятия;
- в) сохранение и рациональное использование основного и оборотного капиталов;
- г) обеспечение своевременности платежей по обязательствам предприятия в бюджет, банкам, работникам и др.

104. Налоги, которые взимаются в виде единого процента, независящего от размера объекта обложения, называют:

- а) прямыми;
- б) косвенными;
- в) пропорциональными:

105. Зона критического риска предполагает, что предприниматель:

- а) возмещает издержки и получает среднюю прибыль;
- б) возмещает издержки производства и не получает прибыли;
- в) не возмещает издержки производства и находится в состоянии банкротства;
- г) нет правильного ответа.

106. К документам, необходимым для государственной регистрации юридических лиц не относят:

- а) заявление;
- б) протокол решения о создании юридического лица;
- в) учредительные документы;
- г) копии документов, удостоверяющих личности учредителей.

107. К формам государственной поддержки предпринимательской деятельности в РФ не относят:

- а) социальную поддержку;
- б) имущественную;
- в) финансовую;
- г) информационную.

108. Главной задачей предпринимательской деятельности является:

- а) получение прибыли;
- б) обеспечение финансовой стабильности отрасли;
- в) повышение качества продукции и услуг;
- г) экономия ресурсов.

109. К основным этапам образования юридического лица не относят:

- а) осознание потребности в создании и определение целей организации;
- б) определение организационно-правовой формы;
- в) оплата 100 % уставного капитала на специальном накопительном счете в банке;
- г) формирование круга учредителей и разработка учредительных документов.

110. Какое из перечисленных направлений не является направлением государственной поддержки и регулирования предпринимательства:

- а) формирование нормативно-правовой базы поддержки и развития предпринимательства;
- б) формирование государственной программы производства экологически чистых продуктов;
- в) совершенствование системы финансовой поддержки малого предпринимательства.

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

2. Разноуровневые задачи и задания (базовый уровень)

Задание 1. Дайте определение понятий «менеджмент» и «управление». Покажите сходства и различия между этими понятиями.

Задание 2. Постройте схему процесса управления, используя следующие элементы:

- ограничения и критерии эффективности;
- цель управления;
- субъект управления;
- объект управления;
- обратная связь;
- управленческое воздействие;
- результат управления.

Задание 3. Дайте краткое определение основных категорий менеджмента: объект менеджмента, субъект менеджмента, функции, методы, принципы.

Задание 4. Охарактеризуйте различные школы и направления менеджмента

Задание 5. Укажите, какие из приведенных ниже особенностей характеризуют типовую модель японского менеджмента, а какие - американского.

Характерные особенности национального менеджмента:

1. Оценка качества управления по уровню гармонии в коллективе и коллективному результату.
2. Оплата труда по индивидуальным достижениям.
3. Замененные оценка работы сотрудника и служебный рост.
4. Нестандартная, гибкая структура управления.
5. Личные неформальные отношения с подчиненными.
6. Управленческие решения принимаются коллективно на основе единогласия.
7. Наем на работу на короткий срок.
8. Продвижение по службе по старшинству и стажу работы.
9. Индивидуальный характер принятия решений.
10. Быстрая оценка результатов труда, ускоренное продвижение по

службе.

11. Основное качество руководителя - умение осуществлять координацию действий и контроль.
12. Деловая карьера обуславливается личными результатами.
13. Формальные отношения с подчиненными.
14. Коллективная ответственность, ориентация на группу.
15. Строго формализованная структура управления.
16. Неформальная организация контроля.
17. Оплата труда по показателям работы группы и служебному стажу.
18. Профессионализм и инициатива - главные качества руководителей.
19. Долгосрочный наем руководителей и работников организаций.
20. Строго формализованная процедура контроля.
21. Оценка качества управления по индивидуальному результату и индивидуальная ответственность.

Задание 6. В хронологической последовательности отразите развитие менеджмента (управления) в России.

Задание 7. Распределите нижеперечисленные факторы на две группы: первая группа - факторы, определяющие тенденцию к централизации управления; вторая группа - факторы, определяющие тенденцию к децентрализации управления.

Перечень факторов:

1. Внешняя ситуация стабильна.
2. Для корпоративной культуры характерна открытость, что позволяет менеджерам смело высказывать свое мнение по поводу происходящего.
3. Менеджеры низшего звена не способны принимать решения или не имеют подобного опыта по сравнению с менеджерами высшего уровня.
4. Менеджеры низшего звена не хотят высказывать свое мнение при принятии решений.
5. Компания географически рассредоточена.
6. Эффективность реализации стратегий компании зависит от степени участия менеджеров и их гибкости при принятии решений.
7. Организации грозит кризис или существует риск банкротства.
8. Менеджеры низшего звена стремятся высказывать свое мнение при принятии решений.
9. Внешняя ситуация сложная и нестабильная.
10. Менеджеры низшего звена способны принимать решения и имеют соответствующий опыт.

Задание 8. Назовите наиболее подходящие методы управления студенческой группой; посетителями, ожидающими приема у врача; бригадой строителей; пожарной командой.

Задание 9. На примере российской или зарубежной фирмы проиллюстрируйте эффективность управления этой организацией. Какие показатели эффективности были использованы для оценки деятельности организации?

Задание 10. Проанализируйте публикации в специализированных

журналах («Менеджмент в России и за рубежом», «Проблемы теории и практики управления», «Управление персоналом», «Человек и труд», «Кадры» и др.): подберите материал, рассказывающий о проведении изменений в системе или технологии управления персоналом организации. Какие формы эффекта и эффективности при этом были отмечены? Сделайте рекомендации по дальнейшему совершенствованию работы с персоналом. Определите состав показателей эффекта и эффективности, оценивающих ваши рекомендации.

Задание 11. Составьте глоссарий по теме (подберите и систематизируйте термины и словосочетания, встречающиеся при изучении темы).

Задание 12. Заполните таблицу, отразив в ней основные этапы развития организации и их отличительные особенности по ряду признаков:

Задание 13. Используя знания различных признаков, по которым классифицируются организации, укажите различные виды организаций и приведите их примеры.

Задание 14. Опишите и проанализируйте внутреннюю и внешнюю среду конкретной организации.

В работе должно быть: описание факторов среды, влияющих на деятельность организации; анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, которые возникают при развитии каждого фактора; возможные управленческие решения по учету этих изменений.

Задание 15. Приведите примеры реализации каждой из основных функций менеджмента в зависимости от специфики деятельности организации. Заполните следующую таблицу.

Задание 16. Постройте дерево целей, стоящих перед знакомой вам организацией. Проанализируйте эти цели и укажите, какие пути будут наиболее правильными и экономичными для их достижения.

Задача 17. Норма амортизации здания - 2%. Определите нормативный срок службы этого здания при линейном методе начисления амортизации.

Задача 18. Среднегодовая стоимость основных фондов предприятия - 800 тыс. руб. Среднегодовая стоимость оборотных средств - 200 тыс. руб. Стоимость произведенной продукции - 2 млн. руб. Рассчитать фондоотдачу на предприятии.

Задача 19. Среднегодовая стоимость основных фондов предприятия - 700 тыс. руб. Среднегодовая стоимость оборотных средств - 300 тыс. руб. Выручка от реализации продукции - 1,5 млн. руб. Рассчитать коэффициент оборачиваемости на предприятии. Проанализировать полученный результат.

Задача 20. Прибыль предприятия составляет 10 млн. руб., выручка от реализации продукции - 110 млн.руб. Определить рентабельность продукции предприятия. Проанализировать полученный результат.

Задача 21. Проанализируйте современную ситуацию на туристском рынке ЛНР и г. Луганска, особенности спроса. Предложите идеи новых туристских продуктов для осуществления предпринимательской деятельности в сфере туризма и реализации запросов покупателей.

Задача 22. Проанализируйте современную ситуацию на туристском рынке ЛНР и г. Луганска. Назовите основные факторы, влияющие на

деятельность турфирм и последствия их влияния.

Задача 23. Рассчитайте расходы, прибыль и рентабельность деятельности турагентства по данным таблицы. Оцените полученный результат.

Показатели	Руб.
Валовая выручка	117000
Расходы, в том числе:	
- на аренду помещения	36000
- на зарплату персонала (2 чел.)	40000
- на связь	6000
- на рекламу	20000
- прочие расходы	5000

Задача 24. Заполните таблицу. Какие факторы могли повлиять на изменение финансовых показателей туроператора? Проанализируйте финансовые результаты деятельности туроператора по следующим данным:

Показатели	2024 год	2025 год	Отклонения
1. Выручка от продажи, тыс. руб.	6400	5300	
2. Прибыль от продажи, тыс. руб.	1990	1730	
3. Среднесписочная численность работников, чел.	18	20	
4. Средняя заработная плата за месяц, руб.	20200	18500	
5. Рентабельность продаж, %			

Задача 25. Заполните таблицу. Какие факторы могли повлиять на изменение показателей деятельности туроператора. Проанализируйте результаты деятельности туроператора, производительность труда по следующим данным:

Показатели	2024 год	2025 год	Отклонения
1. Выручка от продажи, тыс. руб.	6300	7400	
2. Прибыль от продажи, тыс. руб.	2550	2990	
3. Среднесписочная численность работников, чел.	18	20	
4. Средняя заработная плата за месяц, руб.	20200	22200	
5. Производительность труда, руб.			

Методические рекомендации:

На основе изучения основных теоретических положений следует сформулировать собственное обоснованное мнение по проблемам и возможным путям их решения в данной области управления (в зависимости от конкретной постановки вопроса).

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «разноуровневые задачи и задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями

4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках освоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

3. Практическое (прикладное) задание (заключительный уровень)

Задание 1. В конце 1970-х годов корпорация «Сириус» утратила свою конкурентоспособность и столкнулась с тем, что некоторые наблюдатели назвали «кризисом имиджа марки фирмы». Розничная торговля становилась зрелой отраслью, и конкуренция была высокой. Покупатели тратили меньшую часть своего дохода на товары длительного пользования, такие, как бытовые приборы и мебель, где «Сириус» занимала традиционно сильные позиции. «Сириус» медленно реагировала на необходимость модернизировать ту часть своей деятельности, которая связана с товарами кратковременного пользования. Попытки повысить продажи путем снижения цен привели к значительному росту объема продаж, но дали снижение прибыли. Как говорил президент фирмы «Сириус» Джерому Росоу: «Если «Сириус» хотела выжить, не говоря уже о расширении, то мы должны были шевелиться быстрее. Пришло время оживить нашу торговую базу, улучшить прибыльность и перевести «Сириус» в новые развивающиеся отрасли, где можно было воспользоваться ее традиционно сильными сторонами». Наряду с некоторыми изменениями, руководство «Сириус» решило диверсифицировать деятельность фирмы и проникнуть в новые области предпринимательства. Одним из первых действий, предпринятых для поддержки новых усилий в направлении диверсификации, было создание корпоративного комитета по стратегическому планированию, в состав которого вошли руководители отделов торговли, страхования и недвижимого имущества. В начале обсуждений были большие разногласия относительно направления будущего развития компании. В то время как одни руководители считали, что компания должна остаться в своей традиционной отрасли - розничной торговле, - другие хотели расширения деятельности в перспективные быстроразвивающиеся отрасли, например, телесвязь и домашние развлекательные программы. Для разработки стратегии диверсификации, которую большинство членов комитета могли поддержать, комитет разработал систематический процесс изучения и оценки. Этот процесс предполагал изучение целых отраслей для выявления потенциальных возможностей их роста и прибыли и включал анализ того, как «Сириус» может внести в новое дело свои специфические сильные элементы: репутацию,

маркетинг или финансовые возможности. Комитет определял ориентиры, относящиеся к величине отрасли, потенциальному объему продаж и прибыли. Кроме того, новый бизнес должен был ориентироваться на потребителя и быть таким, в котором имя и репутация «Сириус» стали бы конкурентным преимуществом. Этот бизнес расположенных по всей стране. Именно эти систематические усилия привели к решению фирмы «Сириус» сосредоточиться на финансовых услугах для потребителей - то, что сейчас называется Финансовая сеть «Сириус». «Сириус» обладала многими признаками организации финансового обслуживания потребителей благодаря своим 26 млн. активных счетов с расчетом по кредитным карточкам и входящей в ее состав фирме «ОллстейтИншуранс Компани». Усилия комитета привели к приобретению «Дин Уиттер энд КолдуэллБэнкер» и к внедрению хорошо принятой клиентами карточке «Дискавер» - при этом используются каналы сбыта по магазинам.

Вопросы для анализа:

1. Опишите изменения во внешней среде фирмы.
2. Почему руководители фирмы выбрали для развития стратегию диверсификации?
3. Какие разногласия возникли на фирме относительно будущего развития компании?
4. Оцените работу комитета по стратегическому планированию.
5. Какие методы стратегического планирования использовались и могли использоваться работниками комитета для определения направлений работы фирмы?
6. Какие факторы предопределили успех фирмы «Сириус» на рынке?

Задача 2. Творческое задание «Разработка бизнес-идеи нового туристского продукта с учетом запросов покупателей».

Задача 3. Подготовка сообщения «Развитие малого предпринимательства в ЛНР».

Задача 4. Разработайте часть резюме бизнес-плана создания новой туристской фирмы в г. Луганске.

Задача 5. Разработайте организационный раздел бизнес-плана нового турагентства.

Методические рекомендации:

На основе изучения основных теоретических положений следует сформулировать собственное обоснованное мнение по проблемам и возможным путям их решения в данной области управления (в зависимости от конкретной постановки вопроса).

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «практическое задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные)

	ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Понятие и разновидности менеджмента.
2. Сущность, принципы и функции менеджмента.
3. Школы менеджмента.
4. Опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России.
5. Азиатский и западный стили менеджмента.
6. Характерные черты российского менеджмента.
7. Основные группы российских руководителей.
8. Специфика менеджмента в сфере сервиса.
9. Сервис и его основные характеристики.
10. Виды сервиса.
11. Риски в сфере сервиса и управление ими.
12. Факторы экономической эффективности сервисного предприятия.
13. Управление качеством услуг сервисного предприятия.
14. Организация управления сервисным предприятием.
15. Цели и задачи управления предприятием сферы сервиса.
16. Внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере сервиса.
17. Стратегическое и текущее планирование.
18. Методы принятия управленческих решений.
19. Качества менеджера, работа менеджера.
20. Стили руководства.
21. Создание системы мотивации труда.
22. Система коммуникаций.
23. Организация контроля деятельности подчиненных.
24. Инновационная программа менеджера.
25. Риск-менеджмент.
26. Этика делового общения.
27. Психологические особенности управленческой деятельности.
28. Конфликты и их классификация.
29. Виды и причины конфликтов.
30. Управление конфликтами.
31. Понятие и сущность стресса.
32. Комплексный анализ культуры внешней среды.
33. Сущность международного менеджмента и его отличие от национальной модели.
34. Структура анализа внешних критериев.
35. Предмет, проблемы и цели экономики сферы сервиса.

36. Сфера сервиса, ее характеристики и структура.
37. Экономические показатели функционирования сферы сервиса.
38. Современные тенденции развития сферы сервиса.
39. Экономическое значение сферы сервиса.
40. Организационно-правовые формы предприятий сферы сервиса.
41. Производственные фонды предприятий сферы сервиса.
42. Физический, моральный износ и амортизация основных фондов.
43. Показатели использования основных производственных фондов.
44. Оборотные средства предприятий сферы сервиса.
45. Эффективность использования оборотных средств предприятий.
46. Управление оборотными активами предприятия.
47. Нематериальные активы предприятий сферы сервиса.
48. Затраты предприятий сферы сервиса.
49. Метод директ-костинг.
50. Ценовая политика на предприятиях сферы сервиса.
51. Расчет стоимости турпродукта.
52. Финансы предприятий сферы сервиса.
53. Налогообложение предприятий сферы сервиса.
54. Основные показатели эффективности деятельности предприятий сферы сервиса.
 55. Прибыль предприятий сферы сервиса.
 56. Рентабельность предприятий сферы сервиса.
 57. Использование трудовых ресурсов в сфере сервиса.
 58. Оплата труда на предприятиях сферы сервиса.
 59. Понятие, виды и функции предпринимательства.
 60. Организация предпринимательской деятельности в сфере сервиса.
 61. Правовые основы предпринимательской деятельности.
 62. Документы строгой отчетности предприятия сферы сервиса и туризма.
 63. Виды риска в предпринимательской деятельности и управление им.
 64. Бизнес-план предприятия.
 65. Малое предпринимательство в сфере сервиса.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль (экзамен)

Шкала оценивания	Критерий оценивания
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.

удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

9. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК). В случае необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников, например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально;

применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной (модулем), за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;

применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

продолжительность сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, – не более чем на 90 минут;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, – не более чем на 20 минут;

продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 минут.

Форма листа изменений и дополнений

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)