

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 туризма и гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский
04 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА»

По направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело
Магистерская программа: «Управление гостиничным хозяйством»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегическое управление в индустрии гостеприимства» по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело «Управление гостиничным хозяйством» – 26 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегическое управление в индустрии гостеприимств» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 июня 2017 г. № 558, с изменениями и дополнениями от 17.06.2021).

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и гостиничного дела Шабанова Ю.Н.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры туризма и гостиничного дела «24» 03 2023 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой
туризма и гостиничного дела _____ Свиридова Н.Д.

Переутверждена: «01» 01 2023 г., протокол №

Согласована (для обеспечивающей кафедры):
 Переутверждена: « » 2023 года, протокол №

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

Председатель учебно-методической
комиссии института  Резник А.А.

© Шабанова Ю.Н., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

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

Цель изучения дисциплины – заключается в получении студентами систематизированных знаний, умений и навыков в области науки и практики управления, предназначением которой является обеспечение долгосрочного развития организации в быстроменяющихся условиях внешней среды, получение систематизированного представления о возникновении, настоящем состоянии и будущих тенденциях развития теории и практики стратегического управления в индустрии гостеприимства, базирующегося на достижениях и традициях мировой науки и культуры.

Задачами данного курса является получение студентами:

теоретических и методологических основ стратегического управления в индустрии гостеприимства;

практических навыков современного стратегического управления в индустрии гостеприимства;

знаний и навыков принятия стратегических решений,

критического мышления, основанного на современных математических методах и научных подходах к управлению в условиях неполноты информации и постоянных изменений внешней среды;

навыков коммуникаций, позволяющих эффективно взаимодействовать с заинтересованными сторонами, разрабатывать стратегию и находить альтернативные варианты в условиях неопределенности;

опыта управленческой деятельности на основе классических моделей и инструментов стратегического управления применительно к различным условиям деятельности организации;

творческого отношения к мировому опыту стратегического управления в индустрии гостеприимства и умение использовать его в современных условиях.

Изучение указанных вопросов обеспечит формирование у будущего специалиста навыков стратегического управления предприятием на всех этапах жизненного цикла с учетом специфики функционирования индустрии гостеприимства в современных условиях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Стратегическое управление в индустрии гостеприимств» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана и относится к части дисциплин Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана, индекс дисциплины Б1.В.ДВ.02.01.

Необходимыми условиями для успешного освоения дисциплины являются: знания принципов развития и закономерности функционирования организации, типов организационных структур, их основных параметров и принципов проектирования; умения использовать современный инструментарий управления человеческими ресурсами; навыки постановки

целей и задач на каждом этапе планирования и проектирования организации, анализа внешней и внутренней среды организации, выявления ее ключевых элементов и оценивания их влияния на организацию, организации командного взаимодействия для решения управленческих задач, анализа коммуникационных процессов в организации и разработки предложений по повышению их эффективности, диагностики организационной культуры, выявления ее сильных и слабых сторон, разработки предложений по ее совершенствованию.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: «Управление гостиничной деятельностью», «Экономика гостиничного предприятия», «Бизнес-планирование в гостиничной индустрии» и служит основой для освоения дисциплины «Антикризисное управление в индустрии гостеприимства», «Прогнозирование и планирование деятельности в индустрии гостеприимства», «Инновационные технологии в гостиничной деятельности».

Курс «Стратегическое управление в индустрии гостеприимств» является необходимой для освоения общепрофессиональных и профессиональных компетенции по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело, а также, самостоятельного занятия научно-исследовательской работой студента и написания выпускной квалификационной работы – магистерской диссертации.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; ОПК-4.2. Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания.	знать: теоретические основы маркетинговых стратегий и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; основные принципы разработки маркетинговых стратегий и программ организации сферы гостеприимства и общественного питания; методологические основы внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; уметь: разрабатывать

		маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; внедрять маркетинговые стратегии в организации сферы гостеприимства и общественного питания; проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; владеть: навыками разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками продвижения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания
ПК-4. Способен оценивать экономические последствия и эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработки и реализации стратегии развития сферы гостеприимства и сферы питания	ПК-4.2. Проводит оценку эффективности управленческих решений по разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	знать: основные принципы формулирования направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания; методологические основы проведения стратегического анализа и оценки результатов деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; правила проведения оценки эффективности управленческих решений по разработке и реализации стратегии развития

		предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; уметь: использовать основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания; осуществлять управление деятельностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; осуществлять выбор методов оценки эффектов и эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; владеть: навыками осуществлять контроль за реализацией стратегии деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания; осуществлением эффективного взаимодействия с собственниками и партнерами по бизнесу для достижения целей стратегического управления предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; навыками проведения анализа и оценки сильных и слабых сторон управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	144 (4 зач. ед)	144 (4 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	48	6
Лекции	24	2
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	24	4
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	96	138
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Концепция и принципы стратегического управления в индустрии гостеприимства. Теоретико-методологические основы стратегического управления в условиях конкуренции. Концепция и процесс стратегического управления в индустрии гостеприимства. Понятие, сущность, основные задачи и принципы теории и практики стратегического управления. Определение миссии и целей предприятий индустрии гостеприимства.

Тема 2. Анализ внешней и внутренней среды предприятия туризма. Анализ внешней среды и конкурентных сил в отрасли. Концепция национального ромба. Движущие силы в области индустрии гостеприимства. Анализ конкуренции. Анализ внутренней среды организации. Порядок и методы оценки текущего состояния предприятий.

Тема 3. Стратегии поведения предприятия индустрии гостеприимства в условиях конкуренции. Виды стратегий фирмы. Базовые стратегии конкуренции. Корпоративные (портфельные) стратегии. Функциональные стратегии. Формирование портфеля стратегий. Управление конкурентоспособностью предприятия.

Тема 4. Принятие стратегических решений. Реализация стратегии. Графические инструменты стратегического управления. Матричные инструменты в стратегическом управлении. Методы оценки и выбора стратегий. Реализация стратегий.

Тема 5. Антикризисные стратегии предприятия. Причины спада в отрасли или на предприятии: внешние и внутренние. Признаки спада на предприятии. Факторы, определяющие выбор стратегии восстановления. Способы

увеличения поступления денежных средств. Стратегии сокращения затрат (экономии). Стратегии поворота. Кризисный бизнес-реинжиниринг. Стратегии выхода.

Тема 6. Базовые модели стратегического планирования и процедура анализа и выбора стратегических позиций. Базовые модели стратегического планирования: модель Гарвардской школы бизнеса, модель Игоря Ансоффа, модель Г.Стейнера, контур стратегического планирования. Базовые модели стратегического управления: модель стратегического управления Дэвида, модель стратегического управления Томпсона, модель стратегического управления Ефремова. Портфельный анализ.

Тема 7. Финансовое планирование. Финансовая стратегия предприятий. Особенности финансового планирования. Содержание, задачи, методы и принципы финансового планирования. Место финансового планирования в рыночной экономике. Содержание финансового планирования и порядок его составления. Порядок разработки финансового плана. Содержание и задачи оперативного финансового планирования. Бизнес-план как основной документ финансового планирования.

Тема 8. Методы стратегического управления. Управление развитием посредством выбора стратегических позиций и ранжирования стратегических задач. Управление по сильным и слабым сигналам. Управление развитием в условиях стратегических неожиданностей. Управление стратегическим набором. Управление развитием в условиях изменений. Причины сопротивления стратегическим изменениям.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Концепция и принципы стратегического управления в индустрии гостеприимства	2	2
2.	Анализ внешней и внутренней среды предприятия туризма	2	
3.	Стратегии поведения предприятия индустрии гостеприимства в условиях конкуренции	4	
4.	Принятие стратегических решений. Реализация стратегии	4	
5.	Антикризисные стратегии предприятия	2	
6.	Базовые модели стратегического планирования и процедура анализа и выбора стратегических позиций	4	
7.	Финансовое планирование	4	
8.	Методы стратегического управления	2	2
Итого:		24	

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Концепция и принципы стратегического управления в индустрии гостеприимства	2	2
2.	Анализ внешней и внутренней среды предприятия туризма	2	
3.	Стратегии поведения предприятия индустрии гостеприимства в условиях конкуренции	4	
4.	Принятие стратегических решений. Реализация стратегии	4	
5.	Антикризисные стратегии предприятия	2	2
6.	Базовые модели стратегического планирования и процедура анализа и выбора стратегических позиций	4	
7.	Финансовое планирование	4	
8.	Методы стратегического управления	2	
Итого:		24	4

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Концепция и принципы стратегического управления в индустрии гостеприимства	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	12	16
2.	Анализ внешней и внутренней среды предприятия туризма	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	12	16
3.	Стратегии поведения предприятия индустрии гостеприимства в условиях конкуренции	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	12	16
4.	Принятие стратегических решений. Реализация стратегии	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	12	18
5.	Антикризисные стратегии предприятия	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	12	18

6.	Базовые модели стратегического планирования и процедура анализа и выбора стратегических позиций	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	12	18
7.	Финансовое планирование	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	12	18
8.	Методы стратегического управления	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.	12	18
Итого:			96	138

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Стратегическое управление в индустрии гостеприимства» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

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 концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям

и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану); технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

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.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Стратегическое управление: учебник / И.К. Ларионов, А.Н. Герасин, О.Н. Герасина и др.; под ред. И.К. Ларионова. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 235 с.: ил. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496214> – Текст: электронный.

2. Родионова, Е.В. Стратегическое управление организациями: учебное пособие / Е.В. Родионова, А.Н. Рида, Л.С. Ширшова; под общ. ред. Е.В. Родионовой; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2015. – 272 с.: Режим доступа: по подписке. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437109>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1500-1. – Текст: электронный.

3. Гатина, Л.И. Стратегическое планирование развития предприятия: учебно-методическое пособие / Л.И. Гатина; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет». – Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет, 2012. – 144 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258642>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-1339-2. – Текст: электронный.

б) дополнительная литература

1. Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие / А.Н. Байдаков, О.С. Звягинцева, А.В. Назаренко и др.; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра менеджмента. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, – 2017. – 179 с.

2. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление: учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. – Оренбург: ОГУ, 2017. – 289 с.: – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>. – ISBN 978-5-7410-1642-8. – Текст: электронный.

3. Стратегическое управление: практикум / Э.В. Вергилес, А.В. Давтян, А.С. Ларионов, М.Ю. Матвеев. – Москва: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2007. – 73 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93222>. – Текст: электронный.

4. Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 468 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01974-6. – Текст: электронный.

в) методические рекомендации:

1. Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе по учебной дисциплине «Стратегическое управление в индустрии гостеприимства» для магистрантов 6 курса направления подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» (магистерская программа «Управление гостиничным хозяйством») / Ю.Н. Шабанова, канд. экон. наук, доцент.

2. Методические указания для выполнения контрольных работ по учебной дисциплине «Стратегическое управление в индустрии гостеприимства» для магистрантов 6 курса направления подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» (магистерская программа «Управление гостиничным хозяйством») заочной формы обучения / Ю.Н. Шабанова, канд. экон. наук, доцент.

г) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>

2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>

3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Стратегическое управление в индустрии гостеприимства» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

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
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	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
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Стратегическое управление в индустрии гостеприимства»

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

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Пороговый	знать: теоретические основы стратегического управления и программы организаций индустрии гостеприимства и общественного питания; основные принципы разработки маркетинговых стратегий и программ организации сферы гостеприимства и общественного питания; методологические основы внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Основной		Базовый	уметь: разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; внедрять маркетинговые стратегии в организации сферы гостеприимства и общественного питания; проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания
Заключительный		Высокий	владеть: навыками разрабатывать стратегии и программы стратегического управления в индустрии гостеприимства и общественного питания; навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками продвижения стратегий управления и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Начальный	ПК-4. Способен оценивать экономические последствия и эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработки и реализации стратегии развития сферы гостеприимства и сферы питания	Пороговый	знать: основные принципы формулирования направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания; методологические основы проведения стратегического анализа и оценки результатов деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; правила проведения оценки эффективности управленческих решений по разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
Основной		Базовый	уметь: использовать основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания; осуществлять управление деятельностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; осуществлять выбор методов оценки эффектов и эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
Заключительный		Высокий	владеть: навыками осуществлять контроль за реализацией стратегии деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания; осуществлением эффективного взаимодействия с собственниками и партнерами по бизнесу для достижения целей стратегического управления предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; навыками проведения анализа и оценки сильных и слабых сторон управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

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	ОПК-4.	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания ОПК-4.2. Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Тема 1. <i>Концепция и принципы стратегического управления в индустрии гостеприимства</i> Тема 2. <i>Анализ внешней и внутренней среды предприятия туризма</i> Тема 3. <i>Стратегии поведения предприятия индустрии гостеприимства в условиях конкуренции</i> Тема 6. <i>Базовые модели стратегического планирования и процедура анализа и выбора стратегических позиций</i> Тема 7. <i>Финансовое планирование</i>	2
2.	ПК-4.	Способен оценивать экономические последствия и эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработки и реализации стратегии развития сферы гостеприимства и сферы питания	ПК-4.2. Проводит оценку эффективности управленческих решений по разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	Тема 4. <i>Принятие стратегических решений. Реализация стратегии.</i> Тема 5. <i>Антикризисные стратегии предприятия</i> Тема 8. <i>Методы стратегического управления</i>	2

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОК-4.1. Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	знать: теоретические основы стратегического управления и программы организаций индустрии гостеприимства и общественного питания; уметь: проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; владеть: навыками разрабатывать стратегии и программы стратегического управления в индустрии гостеприимства и общественного питания	Тема 1. <i>Концепция и принципы стратегического управления в индустрии гостеприимства</i> Тема 2. <i>Анализ внешней и внутренней среды предприятия туризма</i>	тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)
		ОПК-4.2. Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	знать: методологические основы внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; уметь: разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования; владеть: навыками продвижения стратегий управления и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Тема 3. <i>Стратегии поведения предприятия индустрии гостеприимства в условиях конкуренции</i> Тема 6. <i>Базовые модели стратегического планирования и процедура анализа и выбора стратегических позиций</i> Тема 7. <i>Финансовое планирование</i>	тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)

2.	ПК-4. Способен оценивать экономические последствия и эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработки и реализации стратегии развития сферы гостеприимства и сферы питания	ПК-4.2. Проводит оценку эффективности управленческих решений по разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	знать: методологические основы проведения стратегического анализа и оценки результатов деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; уметь: осуществлять выбор методов оценки эффектов и эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания владеть: навыками проведения анализа и оценки сильных и слабых сторон управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	Тема 4. <i>Принятие стратегических решений. Реализация стратегии.</i> Тема 5. <i>Антикризисные стратегии предприятия</i> Тема 8. <i>Методы стратегического управления</i>	тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)
----	--	--	---	---	--

1. Типовые тестовые задания (пороговый уровень)

1. К числу стратегических решений можно отнести:

- а) реконструкцию предприятия;
- б) внедрение новой технологии;
- в) пересмотр условий поставки;
- г) выход на новые рынки сбыта;
- д) приобретение, слияние предприятий.

2. Определите последовательность этапов в развитии корпоративного управления:

- а) стратегическое планирование;
- б) бюджетирование;
- в) долгосрочное планирование;
- г) оперативное планирование;
- д) стратегический менеджмент.

3. Какими особенностями характеризуются стратегические решения:

- а) инновационны по своей природе;

- б) направлены на задачи;
- в) неопределенны по своей сути;
- г) субъективны по своей природе;
- д) объективны по своей природе?

4. *Какое из нижеприведенных определений характеризует цель организации:*

- а) философия и предназначение, смысл существования организации;
- б) предписанная работа, серия работ или часть работы, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки;
- в) конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе?

5. *На каких стадиях жизненного цикла используется стратегическая модель развития предприятия «ускоренный рост»:*

- а) рождение;
- б) детство;
- в) юность;
- г) ранняя зрелость;
- д) окончательная зрелость;
- е) старение?

6. *Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявления стратегических проблем – это:*

- а) ПЭСТ - анализ;
- б) SWOT – анализ;
- в) управленческий анализ;
- г) проблемный анализ.

7. *В основе классификаций стратегий используются следующие классификационные признаки:*

- а) стадия жизненного цикла отрасли;
- б) относительная сила отраслевой позиции организации;
- в) степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе;
- г) совокупность этих и других классификационных признаков.

8. *Стратегия минимизации издержек (лидерства по издержкам) нацелена:*

- а) на обеспечение более низких издержек на товар по сравнению с конкурентами;
- б) на придание продукту – товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов;
- в) на наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов;
- г) на создание более выгодного имиджа организации, рекламной марки продуктов, т.е. бренда.

9. *Стратегия конкурентного поведения последователя за лидером предполагает:*

- а) активную атаку на лидера;

- б) ведение интенсивной конкурентной борьбы;
- в) реализацию стратегии инноваций;
- г) охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов.

10. Стратегия для отрасли на этапе спада – это:

- а) стратегия расширения рынка для получения более высокой прибыли;
- б) стратегия «снятия сливок» (установление на новинку в начале высоких цен, а потом их снижению по мере насыщения рынка);
- в) стратегия низких цен для завоевания рынка и быстрого отрыва от конкурентов;
- г) стратегия «сбора урожая» (управляемого сокращения инвестиций с целью максимизации потоков доходов).

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	85-100%правильныхответов
4	71-85%правильныхответов
3	61-70%правильныхответов
2	60%правильныхответовиниже

2. Разноуровневые задачи и задания (базовый уровень)

Практическая работа № 1.

Подготовка контрольной работы на тему: «Стратегический анализ внешней среды методом PEST-анализа».

Методические указания по подготовке задания: письменная работа, выполняется по методу PEST-анализ на примере своей организации в контексте современной социально-экономической ситуации. Содержание должно быть последовательным и аргументированным.

Структура PEST-анализа:

обоснование факторов, обладающих существенным влиянием на организацию;

оценка степени их влияния;

вывод, в котором подводятся итоги изложенного материала, высказывается индивидуальная позиция студента по проведенному анализу;

список использованных нормативных правовых документов, источников и литературы, иллюстрированных материалов.

Объем задания в текстовом виде не должен превышать 7 страниц.

Практическая работа № 2.

Подготовка контрольной работы: «Стратегический анализ внутренней среды методом SWOT-анализа».

Методические указания по подготовке задания: письменная работа, выполняется по методу SWOT-анализа на примере своей организации в контексте современной социально-экономической ситуации. Содержание должно быть последовательным и аргументированным.

Структура SWOT-анализа:

обоснование факторов, обладающих существенным влиянием на организацию;

оценка степени их влияния;

формирование проблемного поля предприятия;

обоснование выбора наиболее существенных проблем;

формулирование сценариев развития предприятия;

вывод, в котором подводятся итоги изложенного материала, высказывается индивидуальная позиция студента по проведенному анализу;

список использованных нормативных правовых документов, источников и литературы, иллюстрированных материалов.

Объем задания в текстовом виде не должен превышать 7 страниц.

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

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)

Практическое задание по теме 6.

Подготовка контрольной работы: «Формирование продуктовой стратегии предприятия».

Методические указания по подготовке задания: письменная работа, выполняется с использованием матрицы Бостонской консультативной группы (БКГ) на примере своей организации в контексте современной социально-экономической ситуации. Содержание должно быть последовательным и аргументированным.

Этапы формирования продуктовой стратегии:

собрать аналитический материал о темпах роста рынка (объемов продаж) предприятия и относительной доли рынка продукта, называемого в дальнейшем «стратегической зоной хозяйствования» (СЗХ);

рассчитать темпы роста рынка;

рассчитать относительную долю предприятия на рынке;

рассчитать долю (в %) каждого вида продукции в общем объеме;

построить матрицу БКГ;

на основе анализа матрицы БКГ сформировать продуктовую стратегию предприятия по отдельным видам продукции;

оценить степень гибкости имеющегося портфолио СЗХ;

список использованных нормативных правовых документов, источников и литературы, иллюстрированных материалов.

Объем задания в текстовом виде не должен превышать 10 страниц. Задание сдается преподавателю в установленный срок.

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%)
---	---

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

Перечень вопросов к экзамену (устному)

1. Концепция стратегического управления.
2. Понятие, сущность, основные задачи и принципы теории и практики стратегического управления.
3. Роль и предпосылки формирования и развития стратегического управления.
4. Основные компоненты и этапы развития стратегического управления.
5. Объекты и виды стратегического управления.
6. Функции стратегического управления.
7. Методологические и теоретические основы стратегического управления.
8. Принципы стратегического управления.
9. Стратегический аспект в управлении организаций здравоохранения.
10. Этапы стратегического управления.
11. Модель процесса стратегического управления.
12. Синтез внутренних стратегических факторов.
13. Понятие и сущность стратегии.
14. Типы стратегий.
15. Стратегические альтернативы и условия реализации стратегии.
16. Возможные критерии выбора альтернативных решений.
17. Этапы реализации стратегии и уровни стратегических изменений.
18. Инструменты реализации стратегии.
19. Процесс реализации стратегии.
20. Стратегическое видение.
21. Миссия организации.
22. Основные правила построения Дерева целей.
23. Понятие, сущность, содержание и методологические принципы проведения стратегического анализа.
24. Научно-методические основы стратегического анализа.
25. Цели и инструменты анализа макроокружения.
26. Стратегический анализ отрасли.
27. Цели и основные методы стратегического анализа внутренней среды.
28. Понятие, сущность и преимущества стратегического планирования.
29. Принципы планирования.
30. Концепция стратегического планирования.
31. Процедуры стратегического планирования.
32. Методология стратегического планирования.

33. Процесс стратегического планирования.
34. Принципы стратегического планирования.
35. Матрицы стратегического планирования.
36. Достоинства и недостатки стратегического планирования.
37. Базовые модели стратегического планирования: модель Гарвардской школы бизнеса, модель Игоря Ансоффа, модель Г.Стейнера, контур стратегического планирования.
38. Базовые модели стратегического управления: модель стратегического управления Дэвида, модель стратегического управления Томпсона, модель стратегического управления Ефремова.
39. Портфельный анализ.
40. Управление развитием посредством выбора стратегических позиций и ранжирования стратегических задач.
41. Управление по сильным и слабым сигналам.
42. Управление развитием в условиях стратегических неожиданностей.
43. Управление стратегическим набором.
44. Управление развитием в условиях изменений.
45. Причины сопротивления стратегическим изменениям.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации
«экзамен»

Национальная шкала	Характеристика знания предмета и ответов
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 четкие 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.
не удовлетворительно (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

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)