

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Академия туризма и международных отношений»**

**ПРОГРАММА
ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА**

**по направлению подготовки
38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»**

**Частное Образовательное Учреждение Высшего Образования
«Академия туризма и международных отношений»**

УТВЕРЖДЕНО:
решением ученого совета АТиМО

Ученый секретарь

ОДОБРЕНО и РЕКОМЕНДОВАНО:
на заседании кафедры _____

Зав.кафедрой

**ПРОГРАММА
ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА**

по направлению подготовки

38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

**квалификация (степень) выпускника
Бакалавр**

Екатеринбург 2016

УДК 378:338.48

ББК 74.58

П 78

Программа итогового экзамена по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент».

ЧОУ ВО «Академия туризма и международных отношений». – Екатеринбург, 2016. – 60 с.

Программу разработал: Проректор по учебной работе д.п.н., проф.,
Пирогова О.В.

В работе над программой принимали участие:

Зав.каф. экономики и менеджмента

к.п.н., доц. Ковтунова А.Н.,

к.п.н. Воробьева А.Ю.,

д.искус, доц. Килимник Е.В.,

зав. библиотекой Махнёва Н.Н.

Программа итогового экзамена по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент» обсуждена на заседании экономики и менеджмента (протокол №__ от «__» _____ 20 г.) и утверждена на заседании Ученого совета ЧОУ ВО «Академия туризма и международных отношений» (протокол №__ от «__» _____ 20 г.).

Декан факультета

А.Ю. Воробьева

Зав. кафедрой
экономики и менеджмента

А.Н. Ковтунова

© ЧОУ ВО «Академия туризма и международных отношений», 2016
© Пирогова О.В. Академия туризма и международных отношений, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

I. Пояснительная записка.....	5
II. Общие положения.....	6
2.1 Требования к уровню подготовки выпускника.....	6
2.2 Форма проведения итогового экзамена.....	10
2.3 Критерии оценивания студентов на ИАК.....	11
III. Содержание итогового экзамена.....	12
IV. Список литературы	44

I ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа итогового экзамена введена по решению Ученого совета и является, наряду с защитой выпускной квалификационной работы, составной частью итоговой аттестации. Итоговый экзамен организуется и осуществляется в соответствии с:

- Федеральным законом от 29.12.1912 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

- Положением об итоговой аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации, утвержденным Приказом №1155 Министерства Образования и науки Российской Федерации от 25.03.2003 г.

- Федеральным Государственным Образовательным Стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

- Регламентом подготовки и проведения итоговой аттестации выпускников АТиМО, завершающих обучение по неаккредитованным основным образовательным программам, утвержденном на заседании Ученого совета Академии (протокол №7 от 15.02.16).

Итоговый экзамен проводится на заключительном этапе учебного процесса до защиты выпускной квалификационной работы и является одним из видов аттестационных испытаний в составе итоговой аттестации. К комплексному итоговому экзамену допускаются студенты, завершившие полный курс обучения в соответствии с утвержденным учебным планом. Проводится с целью определения уровня теоретических и практических знаний выпускника и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

II ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

2.1 Требования к уровню подготовки выпускника

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими *общекультурными* компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-9).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими *общепрофессиональными* компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

– способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

– владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);

– владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать **профессиональными** компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

организационно-управленческая деятельность:

– владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

– владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);

– владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

– умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

– способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих

решений (ПК-5);

– способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

– владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

– владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);

информационно-аналитическая деятельность:

– способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

– владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

– владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);

– умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

– умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);

– умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации,

навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

– умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);

– владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);

предпринимательская деятельность:

– способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

– владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);

– владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);

– владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

– участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

– участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;

– планирование деятельности организации и подразделений;

– формирование организационной и управленческой структуры организаций;

– организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

– разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка системы внутреннего документооборота организации;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений;

предпринимательская деятельность:

- разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;
- организация и ведение предпринимательской деятельности.

2.2 Форма проведения итогового экзамена

Аттестацию проводит итоговая аттестационная комиссия (ИАК). Председатель ИАК и состав ИАК утверждаются в установленном порядке.

Итоговый экзамен по специальности проводится на заключительном этапе учебного процесса до разработки выпускной квалификационной работы.

Итоговый экзамен носит комплексный, характер и представляет собой итоговое испытание по профессионально-ориентированным междисциплинарным проблемам, устанавливающее соответствие подготовленности выпускников требованиям государственного образовательного стандарта и проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов.

Итоговый экзамен по направлению 38.03.02 «Менеджмент» проводится в устной форме с обязательным составлением письменных тезисов ответов на специально подготовленных для этого бланках и включает вопросы по дис-

циплинам, входящим в настоящую Программу.

Результаты экзамена объявляются в день его проведения.

2.3 Критерии оценивания студентов на ИАК

Знания студентов по каждому вопросу билета оцениваются:

– **«отлично»**, если студент глубоко, полно, правильно и в логической последовательности ответил на поставленный вопрос, показал в ходе ответа теоретические знания по вопросу билета, соответствующие требованиям Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования, проявил творческий подход и самостоятельность суждений по данному вопросу, подкрепил ответ примерами из практической деятельности;

– **«хорошо»**, если ответ в целом отвечает требованиям к оценке «отлично», но студент допустил отдельные неточности, не показал достаточной глубины знаний, что вызвало необходимость задавать ему дополнительные вопросы;

– **«удовлетворительно»**, если студент показал знания основного учебного материала, но не подтвердил теоретические положения конкретными примерами и не обосновал их, затруднялся в обобщениях и выводах;

– **«неудовлетворительно»**, если не выполнены условия для получения оценки «удовлетворительно», ответы на теоретические вопросы не соответствуют требованиям Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования.

Оценка за теоретические знания экзаменуемого определяется по оценкам за ответы на вопросы билета, дополнительные вопросы и выставляется по следующим критериям:

– **«отлично»**, когда ответы на все вопросы билета оцениваются «отлично» или не более одного ответа «хорошо», а другие ответы «отлично»;

– **«хорошо»**, когда ответы на вопросы билета и на дополнительные вопросы оцениваются «отлично» или «хорошо», а при наличии одной «удовлетворительной» оценки она компенсируется не менее, чем одной «отличной» оценкой;

– **«удовлетворительно»**, когда условия для получения оценки «хорошо» не выполнены, но средний балл оценок за ответы на вопросы составляет не менее трех (при условии, что «неудовлетворительно» оценен ответ не более чем на один вопрос билета);

– **«неудовлетворительно»**, если пятьдесят и более процентов ответов на вопросы билета оценены на «неудовлетворительно».

III СОДЕРЖАНИЕ ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА

Для проведения экзамена ежегодно составляется программа, которая утверждается выпускающей кафедрой и Ученым советом.

Программа итогового экзамена по направлению подготовки включает в себя примерный перечень вопросов экзаменационных билетов по указанным дисциплинам. Для четкого понимания содержания каждого вопроса студентам дана краткая его характеристика. Формулировка каждого вопроса предусматривает при ответе на него обязательность подтверждения теоретических знаний практическими примерами, либо анализом практической ситуации.

Программа итогового экзамена включает перечень тем (вопросов) с краткой аннотацией основных положений, которые необходимо раскрыть при ответе на вопрос. В экзаменационный билет включено три вопроса по одному из каждого блока.

Темы (вопросы) сгруппированы по трем блокам. Итоговый междисциплинарный экзамен включает проверку теоретических знаний студентов путем их устных ответов на вопросы экзаменационных билетов. На государственный итоговый междисциплинарный экзамен выносятся проверка знаний следующих учебных дисциплин:

- в первом блоке – теория менеджмента, стратегический менеджмент; методы принятия управленческих решений, документационное обеспечение бизнеса, информационные технологии в менеджменте, деловые коммуникации.

- во втором блоке – маркетинг, управление человеческими ресурсами, экономическая теория управление качеством, логистика, финансовый менеджмент; учет и анализ, налоги и налогообложение, корпоративная социальная ответственность,

- в третьем блоке – дисциплины профиля.

Вопросы профиля гостиничный менеджмент: организация гостиничного дела, технологии гостиничной деятельности, проектирование гостиничной деятельности, безопасность пищевых продуктов и питания, технологии продаж.

Вопросы профиля менеджмент туризма: организация туристской деятельности, туристско-рекреационное проектирование, основы экскурсионной деятельности, менеджмент транспортных услуг, технология проектирования туристского продукта, технологии продаж.

3.1 Примерные вопросы для проверки знаний выпускников на итоговом экзамене

Название темы: краткое содержание, перечень содержательных вопросов

Блок 1. Теория менеджмента. Стратегический менеджмент.

Теория менеджмента

1. Теория управления.

Управление как потребность и как фактор успеха деятельности. Сущность и содержание управления. Место теории управления в системе современных знаний. Специфика управленческой деятельности. Современные проблемы управления.

2. Генезис теории управления.

Управленческие революции. Возникновение научной теории управления. Классификация подходов и школ управления. Национально-региональные модели управления. Истоки и тенденции развития российского управления.

3. Цели и целеполагание в управлении.

Роль цели в организации и осуществлении процессов управления. Классификация целей, построение дерева целей. Сочетание разнообразия целей и функций менеджмента. Соответствие целей управления целям организации. Система управления по целям. Стратегия и тактика управления.

4. Система управления.

Понятие системы управления. Распределение функции, полномочий и ответственности. Принципы построения систем управления. Факторы формирования систем управления. Понятие звена управления. Разработка комплекса функций обособляемого звена системы управления, типология систем управления.

5. Процесс и механизм управления.

Понятие процесса управления. Операции процесса управления. Свойства, характеристики и основные этапы процесса управления. Типология процессов управления. Понятие механизма управления. Стихийное и сознательное формирование механизма управления. Нравственные ограничения в использовании средств управления. Экономические методы управления. Административно-правовые методы управления. Социально-психологические мето-

ды управления.

6. Распределение полномочий: централизация и децентрализация управления.

Централизация и децентрализация управления. Полномочия и факторы их распределения. Делегирование полномочий в процессах управления, функциональное содержание полномочий. Выбор и регулирование степени централизации управления.

7. Экономические методы управления: сущность, содержание, условия применения.

Экономические методы управления. Основные ключевые факторы выбора экономической стратегии: состояние рынка и позиция фирмы на рынке, цели фирмы, финансовые ресурсы фирмы, квалификация сотрудников, сущность, содержание, условия применения.

8. Стили управления в менеджменте.

Авторитарный; демократический; либеральный. Лидерство, как особое управленческое взаимодействие с подчиненными. Стили управления в менеджменте: авторитарный; демократический; либеральный. Сравнительная характеристика основных стилей руководства, их преимущества и недостатки. Лидерство, как особое управленческое взаимодействие с подчиненными.

9. Организационные изменения и развитие

Природа процесса изменений. Организация проведения изменений, внедрение изменений. Развитие как фактор стабильности и эффективности. Управление функционированием и управление развитием. Инновационность и стратегии развития.

10. Управление межличностными отношениями в организации. Управление конфликтами и стрессами.

Межличностные отношения в организации. Понятия «конфликт» и «стресс». Источники и виды конфликтов. Основные стереотипы поведения руководителя в конфликтных ситуациях; их характеристика.

11. Понятие «власть». Сущность основных форм власти.

Определение понятий «лидерство», «влияние», «власть». Характеристика основных форм власти: власть, основанная на принуждении, власть, основанная на вознаграждении, экспертная власть, эталонная власть, законная власть.

12. Организационная культура как объект стратегических изменений. Факторы, влияющие на организационную культуру.

Содержание понятия «организационная культура». Роль организационной культуры в организации. Характеристика основных факторов, влияющих на организационную культуру.

13. Предприятие как социально-экономическая система. Основные законы (свойства) системы.

Основные элементы системы. Закон целостности, взаимозависимость и взаимодействие системы и внешней среды, непрерывность функционирования и эволюции системы, иерархичность системы, наследственность системы, структурность, приоритет качества, приоритет интересов системы более высокого уровня перед интересами ее компонентов, надежность системы.

14. Типы связей между элементами системы управления.

Понимание связей в организации. Типы связей в организации и их роль. Вертикальные связи. Горизонтальные связи. Линейные связи. Функциональные связи. Прямые связи. Косвенные связи. Формальные связи. Неформальные связи.

15. Менеджер как субъект управления. Имидж менеджера.

Менеджер как профессиональный руководитель. Деятельность менеджеров. Роли менеджера в современной организации. Межличностные роли. Информационные роли. Принципиальная модель современного менеджера. Требования к современному менеджеру. Предпринимательство и менеджер. Факторы поведения менеджера, влияющие на эффективность управления. Квалификационные требования к менеджерам, компетенции. Оценка личности и деловых качеств менеджера. Имидж менеджера. Основные факторы, влияющие на создание имиджа менеджера. Характерные черты менеджера XXI века.

16. Группа. Динамика групп. Управление группой.

Общее понятие групп. Большие социальные группы. Общая характеристика и характерные особенности группы. Формальные и неформальные группы. Управление неформальными группами. Определение и сущность малой группы. Структура и признаки малой группы.

Коллектив организации как средняя социальная группа, законы взаимодействия в группе. Признаки и структура, стадии развития коллектива. Социальные роли и отношения в коллективе.

Команда как тип группы. Типы команд. Преимущества и эффективность групповой работы. Образование новых команд. Стадии командного строительства. Команда руководителя.

Причины объединения людей в группы. Структурная динамика рабочей группы. Факторы, влияющие на сплоченность группы. Влияние группы на организацию. Определение команды и ее отличие от группы. Типы команд. Рабочие команды. Высокорезультативные команды. Команды усовершенствования. Полуавтономные рабочие группы. Самоуправляемые команды. Многофункциональные команды. Виртуальные команды. Процесс создания рабочей команды. Эффективная командная работа.

17. Организационно-правовые формы хозяйственной деятельности.

Субъекты хозяйственной деятельности. Законодательство РФ о формах хозяйственно-предпринимательской деятельности. Товарищества, акционерные общества, их виды и ответственность.

18. Понятие эффективности менеджмента. Экономическая и социальная эффективность менеджмента.

Понятие эффективности менеджмента. Факторы ее обеспечивающие: профессионализм, состояние объекта управления, учет факторов непосредственного и макро-окружения. Экономическая и социальная эффективность менеджмента.

Стратегический менеджмент

1. Стратегия и тактика менеджмента.

Элементы и основные понятия функции «планирование». Содержание, цели и задачи внутрифирменного планирования, виды планов. Принципы и методы планирования. Перспективное и текущее внутрифирменное планирование. Прогнозирование как основной элемент планирования. Стратегическое планирование и реализация стратегического плана. Планирование и успех организации. Бизнес-планирование. Сущность и особенности бизнес-плана, основное содержание и порядок разработки.

2. Конкурентоспособность организации. Стратегии создания конкурентных преимуществ.

Определение понятия «конкурентоспособность». Стратегия лидерство в издержках. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусировки на интересах конкретных потребителей.

Силы конкуренции по Портеру: конкурентные силы производителей аналогичной продукции, конкурентная сила поставщиков, конкурентная сила по-

купателей, конкурентная сила потенциальных производителей, конкурентная сила товаров-заменителей.

3. Анализ внутренней среды в стратегическом менеджменте. Срезы внутренней среды. Ключевые внутренние факторы Пирса и Робинсона.

Кадровый срез. Организационный срез. Производственный срез. Маркетинговый срез. Финансовый срез. Организационная культура. Ключевые внутренние факторы, которые могут быть источником как силы, так и слабости организации.

4. Анализ непосредственного окружения в стратегическом менеджменте.

Анализ покупателей. Анализ поставщиков. Анализ конкурентов. Анализ рынка рабочей силы. Контактные аудитории.

5. Методы анализа среды. Методология проведения SWOT-анализа.

Роль анализа среды предприятия. Суть SWOT-анализа как комплексного анализа внешней и внутренней среды. Методология этого анализа. Построение матрицы SWOT – анализа, установление связей между квадратами и выбор стратегии развития бизнеса.

6. Миссия организации. Носители интересов. Факторы выработки миссии. Цели формулирования миссии.

Определение понятия «миссия». Собственники организации. Сотрудники организации. Покупатели продукта. Деловые партнеры. Местное сообщество. Общество в целом. Пять факторов выработки миссии. Роль миссии в деятельности организации.

7. Организационная структура как объект стратегических изменений.

Характеристика основных типов организационных структур в туризме: линейная, функциональная, дивизиональная, по стратегическим единицам бизнеса, матричная. Их преимущества и недостатки.

Методы принятия управленческих решений

1. Разработка управленческих решений.

Сущность управленческого решения. Подходы к принятию решений. Классификация управленческих решений. Этапы рационального принятия решения. Факторы, влияющие на процесс принятия решения. Организация проведения совещания. Модели и методы принятия управленческих решений, реализация управленческих решений.

Документационное обеспечение бизнеса

1. Документационное обеспечение управления. Документирование и организация работы с документами.

Документирование управленческой деятельности предприятия. Нормативно-методическое регулирование документационного обеспечения управления. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Стандартизация оформления организационно-распорядительных документов. Организация работы с документами. Автоматизация документационного обеспечения управления.

Информационные технологии в менеджменте

1. Определение понятия «информация». Роль обратной связи в управлении. Виды управленческой информации и требования к ней.

Информационная система – организационно упорядоченная совокупность документов и информационных технологий, в том числе с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы. Информация – совокупность сведений, существенных для осуществления управленческого воздействия. Классификация управленческой информации и ее критерии.

2. Информационные технологии в управлении компанией. Роль информационных технологий в организационном менеджменте. Информационные технологии поддержки принятия управленческих решений. Технологии поддержки аналитических исследований. Автоматизация управления проектами. Информационные технологии в бизнес-планировании. Программное обеспечение для анализа и оптимизации бизнес-процессов.

Деловые коммуникации

1. Управление коммуникациями.

Роль коммуникаций в деятельности организации. Классификация коммуникаций. Уровни и виды коммуникаций. Коммуникационный процесс. Принципы управления коммуникациями. Межличностные коммуникации. Организационные коммуникации и их совершенствование.

2. Технологии деловых коммуникаций. Понятие, структура, виды и содержание деловых коммуникаций. Вербальные и невербальные средства в деловом общении. Формы деловых коммуникаций: деловая беседа, презентация, переговоры и др. Технологии повышения эффективности деловых коммуникаций.

Блок 2. Функциональные области менеджмента

Маркетинг

1. Понятие, сущность и принципы маркетинга.

Маркетинг как научная дисциплина и как область практической деятельности. Цели и задачи курса. Особенности современного этапа общественно-экономического развития России, вызвавшие потребность в изучении и применении маркетинга. Предмет исследования маркетинга. Причины возникновения маркетинга. Эволюция маркетинга. Цели и принципы маркетинга. Основные понятия и категории маркетинга: нужда, потребность, сделка, обмен, товар, рынок и другие. Комплекс маркетинга. Функции маркетинга. Пути использования мирового опыта развития маркетинга в России. Отечественный и зарубежный опыт маркетинга.

2. Концепции управления маркетингом.

Исторические этапы эволюции концепции маркетинга (концентрация производства, кризис перепроизводства, маркетинговая концепция управления, система глобального маркетинга). Основные концепции управления маркетингом на предприятии: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга. Причины возникновения концепции социально-этического маркетинга. Пирамида социально-этического маркетинга.

3. Сегментирование рынка.

Понятие сегментирования рынка, цель и необходимость сегментирования рынка. Условия и принципы сегментирования рынка. Способы сегментирования рынка.

Массовый маркетинг. Товарно-дифференцированный маркетинг. Целевой маркетинг. Основные мероприятия целевого маркетинга: сегментирование рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование товара. Основные этапы сегментирования рынка: выбор критериев и признаков сегментирования рынка, выбор метода сегментирования, позиционирование товара, разработка комплекса маркетинга. Отечественная практика компаний по сегментированию рынка в России.

4. Стратегическое планирование маркетинга.

Система планирования маркетинга: стратегическая маркетинговая программа, план маркетинга. Основные блоки стратегической маркетинговой

программы: цели фирмы, анализ хозяйственного портфеля фирмы, выбор стратегии роста фирмы. Понятие, роль и значение маркетинговой стратегии. Разработка стратегии как главная задача для функционирования механизма маркетинга. Различные маркетинговые стратегии. Их характеристика. Выбор стратегии маркетинга. Механизм реализации маркетинговой стратегии. Планирование маркетинга. Основные этапы разработки плана маркетинга. Маркетинговый раздел бизнес-плана. Ее общая характеристика и структура. Бюджет маркетинга.

5. Метод матриц.

Использование метода матриц при стратегическом анализе маркетинговой ситуации и при стратегическом планировании маркетинга. Матрица Бостонской консалтинговой группы. Матрица И. Ансоффа «Товар-рынок». Матрица конкуренции М. Портера. Движущие силы конкуренции на рынке: конкуренция внутренней отрасли, товары-новинки, потребители, поставщики, товары-заменители. Конкурентные стратегии, их преимущества и недостатки. Стратегия лидерства в области затрат, стратегия дифференциации, стратегия концентрации на рынке. Механизм реализации конкурентных стратегий.

6. Модель покупательского поведения потребителей.

Значение исследований покупательского поведения. Модель покупательского поведения потребителей. Побудительные факторы, «черный ящик» сознания покупателя, ответная реакция на побудительные факторы маркетинга. Основные характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке. Классификация покупателей. Теория человеческой мотивации З. Фрейда и А. Маслоу.

7. Товарная политика предприятия.

Товарная политика – стратегия управления товаром. Формирование товарного ассортимента. Рыночная атрибутика товара. Марка и марочная политика. Упаковка. Классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Новый товар в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара. Управление ассортиментом. Оценка конкурентоспособности товара.

8. Разработка ценовой политики.

Ценообразование в качестве одного из основных направлений в маркетинге. Виды цен и особенности их применения. Факторы ценообразования и ценовая политика. Ценообразование на различных типах рынка. Основные этапы и методы расчета цен. Разработка стратегии ценообразования. Рыноч-

ная корректировка цен. Формы государственного регулирования свободы ценообразования. Виды скидок и условия их применения.

9. Разработка ценовой политики. Сбыт.

Сбытовая политика предприятия как элемент комплекса маркетинга. Основные цели и задачи сбыта. Структура канала сбыта. Прямой и косвенный сбыт. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные маркетинговые системы. Многоканальные маркетинговые системы. Выбор оптимального канала сбыта. Оптовая и розничная торговля. Виды оптовых торговых предприятий. Виды розничных торговых предприятий. Дилеры и дистрибьюторы. Организация системы товародвижения. Основные элементы системы товародвижения. Основные виды транспорта. Оптимизация складного хозяйства. Логические принципы оптимизации товародвижения.

10. Формирование спроса и стимулирование сбыта.

Система маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности и инструмент управления поведением покупателей. Основные виды рекламных обращений. Средства рекламы. Методы оценки эффективности рекламы. Формирование рекламного бюджета. Средства стимулирования сбыта. Пропаганда как средство маркетинговых коммуникаций. Личная продажа как средство маркетинговых коммуникаций. Паблик рилейшенз (связи с общественностью). Средства и задачи паблик рилейшенз.

Управление человеческими ресурсами

1. Сущность и принципы управления персоналом и организации.

Сущность и соотношение понятий «человеческие ресурсы», «трудовые ресурсы», «персонал». Значение персонала организации на современном этапе. Персонал как объект управления. Цели и направления деятельности по управлению персоналом. Управление персоналом в функциональном и организационном отношении. Закономерности и принципы управления персоналом.

2. Формирование кадровой политики в организации.

Кадровая политика организации, ее содержание. Требования к содержанию кадровой политики, нормативная база. Последовательность и содержание этапов разработки кадровой политики. Принципы, виды кадровой политики. Механизмы реализации кадровой политики.

3. Методы управления персоналом в организации.

Методы управления персоналом. Экономические методы управления персоналом (материальное стимулирование и санкции, финансирование и кредитование, зарплата, себестоимость, прибыль, цена). Организационно-распорядительные методы (основаны на дисциплине, ответственности, власти, принуждении, нормативно-документальном закреплении функций) управления персоналом. Социально-психологические методы управления персоналом (мотивация, моральное поощрение, социальное планирование).

4. Подбор и расстановка персонала.

Подбор и расстановка персонала. Социализация, профориентация и адаптация персонала. Понятия и виды адаптации. Организация процесса адаптации. Управление деловой карьерой. Виды, цели и этапы деловой карьеры. Организация перемещения кадров. Резерв для замещения руководящих должностей и работа с ним. Горизонтальная карьера. Управление кадровым резервом. Профессиональное развитие работника и законодательные основы подготовки и переподготовки кадров.

5. Профессиональное развитие и обучение персонала.

Понятие, цели и формы развития персонала. Организация и цели профессионального обучения. Формы обучения персонала. Формы тренинга. Управление нововведениями в кадровой работе.

6. Мотивация и стимулирование труда и поведения. Основные теории мотивации.

Понятия «мотивация» и «стимулирование» труда и поведения. Содержательные и процессуальные теории. Структурные мотивации. Теория справедливости Адамса. Основные теории мотивации: Маслоу, Мэйо, Мак-Грегора.

7. Документационное обеспечение кадрового менеджмента.

Законодательство РФ о труде: Трудовой кодекс РФ. Локальные нормативные акты и их предназначение. Документы персонального учета в кадровой службе: правила формирования и обращения с ними.

Экономическая теория

1. Спрос, предложение, их взаимодействие. Эластичность спроса и предложения.

Потребности и спрос. Величина спроса. Ценовые и неценовые факторы, влияющие на спрос. Закон спроса. Эластичность спроса. Эффект Р. Гиффена.

Коэффициенты эластичности спроса по цене и доходу. Производство и предложение. Ценовые и неценовые факторы, влияющие на предложение. Закон предложения. Эластичность предложения и его виды. Равновесная цена и механизм ее образования.

2. Характеристика рынка совершенной и несовершенной конкуренции.

Сущность и роль конкуренции в экономике. Виды конкуренции: совершенная и несовершенная, добросовестная и недобросовестная, ценовая и неценовая.

3. Характеристика основных факторов производства.

Понятие факторов производства. Основные факторы производства: труд, земля, капитал, предпринимательские способности, информация.

4. Сущность, причины и последствия инфляции.

Понятие инфляции. Типы инфляции и механизмы их развертывания. Измерение открытой инфляции и формы ее проявления. Классификация инфляционных процессов исходя из темпов роста цен: ползучая (умеренная), галопирующая, гиперинфляция. Ожидаемая и неожиданная, сбалансированная и несбалансированная, импортируемая, индуцированная, локальная и мировая.

Стагфляция. Причины возникновения инфляции. Особенности инфляции в России. Социально-экономические последствия инфляции.

5. Макроэкономические показатели развития национальной экономики.

Особенности анализа общественного производства. Совокупный общественный продукт: валовой и конечный. Конечный общественный продукт: ВВП и ВНП. Методы исчисления валового внутреннего(национального) продукта. Национальный доход: валовой и чистый и их составляющие. Доходы, их виды и перераспределение. Отраслевая и секторальная структура национальной экономики. Межотраслевой баланс и его структура.

Логистика

1. Понятие, основные предпосылки и этапы развития логистики.

Понятие и история развития логистики. Содержание процесса логистики. Предпосылки логистики. Актуальность логистики в условиях реформируемой экономики. Факторы и тенденции развития логистики. Содержание основных этапов развития логистики.

2. Сущность производственной логистики. Системы управления материальными потоками.

Понятие, задачи и функции производственной логистики. Логистика производственных процессов. Организация материальных потоков в производстве. Организация производственного процесса во времени. Основы управления материальными потоками в производстве: «толкающая» и «вытягивающая» системы управления. Организация материальных потоков в производстве: пространственные и временные связи в процессе движения материальных потоков.

3. Управление запасами: виды и причины создания запасов. Стратегия управления запасами.

Издержки в системе управления запасами. Виды и причины создания запасов. Системы регулирования запасов: с фиксированным размером и фиксированной периодичностью заказа. Стратегии управления запасами.

Финансовый менеджмент

1. Финансовая модель анализа компании.

Корпорация, как наилучший объект изучения проблем финансового менеджмента. Финансовые и инвестиционные решения компании. Источники финансирования: собственный и заемный капитал. Финансовые посредники и финансовый рынок: система возможностей и ограничений для компании. Финансовый менеджмент в компании, его роль и функции. Финансовая модель анализа компании (сопоставление с бухгалтерской моделью). Принцип экономической прибыли. Принцип ликвидности. Понятие потока свободных денежных средств (free cash flow). Понятие требуемой доходности за риск. Принцип создания стоимости бизнеса – основа принятия решений в компании. Разделение роли собственника и управляющего компанией как предпосылка для возникновения конфликта интересов. Агентская проблема. Стоимость денежного потока во времени: текущая и будущая стоимость. Ставка и фактор дисконтирования как механизмы учета временной стоимости денег, альтернативных затрат и риска инвестирования. Простой и сложный процент: капитализация процентов. Непрерывное начисление процентов. Конечный и бесконечный аннуитет. Периодические неравномерные денежные потоки. Учет времени возникновения денежных потоков: начало, середина или конец периода. Номинальные и реальные денежные потоки. Номинальная и реальная ставка дисконтирования. Правило выбора ставки дисконтирования.

2. Финансовый анализ доходности компании.

Связь между риском и доходом. Классификация рисков. Измерение рисков. Анализ общего риска. Доходность и риск портфеля. Систематический и несистематический риски. Значения диверсификации для управления рисками. Модель оценки долгосрочных финансовых активов компании (САРМ), ее методологические предпосылки. Измерение систематического риска собственного капитала компании с помощью коэффициента «бета». Понятие безрисковой ставки, рыночной премии. Алгоритм и методы расчета беты. Сложности в расчете коэффициента бета. Факторы, влияющие на бета. Зависимость бета от финансового риска. Поправка Хамады. Возможности применения модели САРМ на растущих рынках капитала. Альтернативные подходы к оценке финансовых активов. Арбитражная модель ценообразования (АРТ). Принципы и допущения арбитражной модели. Различия в моделях САРМ и АРТ. Метод премии за риск, build-up model.

Учет и анализ

1. Управленческий учет в системе управления предприятием. Сущность и значение управленческого учета. Ресурсы, их классификация, организация учета. Методы учета затрат и калькулирования себестоимости. Принятие управленческих решений по данным управленческого учета.

Управление качеством

1. Показатели качества продукции. Стандартизация: сущность, методы и принципы.

Понятия качества продукции. Требования к качеству. Функции органов технического контроля качества продукции. Показатели качества в различных сферах. Причины брака. Понятие стандарта. Принципы стандартизации. Государственная система стандартизации. Виды нормативных документов по стандартизации. Методы стандартизации.

2. Системы менеджмента качества продукции (услуг). Разработка, внедрение и обеспечение функционирования. Принципы менеджмента качества: ориентация на потребителя, лидерство руководителя, вовлечение работников, процессный подход, системный подход к менеджменту, постоянное улучшение, принятие решений, основанных на фактах, взаимовыгодные отношения с поставщиками. Современная модель системы менеджмента качества. Процессный подход к управлению. Модель процесса в организации. Процессы, связанные с потребителями. Процессы проектирования и разработок. Процесс закупок. Процессы производства и обслуживания. Сертификация СМК.

Корпоративная социальная ответственность

1. Социальная ответственность бизнеса, ее место в системе корпоративного управления. Сущность корпоративной социальной ответственности. Место социальной ответственности в системе корпоративного управления. Корпоративная социальная ответственность в современной России. Стандартизация и документация в области корпоративной социальной ответственности. Измерение корпоративной социальной ответственности.

Блок 3. Менеджмент туризма

Организация туристской деятельности

1. Понятие туризма и туриста. Классификация туризма.

Понятие туризма. Классификация туризма по типам туризма согласно закону РФ. Классификация туризма по категориям согласно документам ЮНВТО. Классификация туризма по целям туристской деятельности. Классификация туризма по дальности путешествия, по продолжительности путешествия, по возрастному составу туристов и др.

2. Менеджмент туроперейтинга.

Понятие туроперейтинга. Виды и типы туроператоров. Функции. Две главные рыночные задачи туроператора. Работа с поставщиками услуг. Формирование системы продвижения продукта туроператора. Схема туристского рынка. Современные тенденции развития туроператорского предпринимательства: конкуренция, интеграция, компьютеризация, дифференциация, унификация и др.

3. Туроператор и турагент как субъекты туристского рынка.

Виды туристских агентств.

Понятие турагента. Основные различия: по принадлежности туристского продукта, по формированию цены и доходов. Виды и типы турагентств. Их основные задачи. Схема туристского рынка с определением места и роли турагентства и туроператорской компании. Взаимодействие.

4. Туристский продукт. Факторы производства и продвижения туристского продукта. Параметры качества туристского продукта.

Понятие туристского продукта. Состав туристского продукта. Туристский продукт как товарная единица. Факторы, влияющие на производство турист-

ского продукта: ресурсы, поставщики услуг, спрос, кадры. Продвижение туристского продукта: рекламные и нерекламные методы.

Основные специфические свойства турпродукта. Понятия: качество продукта, качество обслуживания, качество туристского обслуживания. Агентский и потребительский подходы к качеству работы туроператора. Показатели качества туристского продукта. Основные направления работы по обеспечению качества туристского продукта туроператора: функциональное соответствие услуг сегменту спроса, технология обслуживания, гарантии, безопасность, кадры, анимация.

5. Международные туристские организации, их классификация и роль в развитии мирового туризма.

Понятие общественных организаций. Классификация их по признакам: национально-территориальному; общественно-государственному по сфере деятельности.

Основные организации: ЮН ВТО (всемирная туристская организация); IATA (международная ассоциация воздушного транспорта); ICAO (международная организация гражданской авиации) и др.

6. Туристская документация.

Технологическая документация тура: технологическая карта туристского путешествия по маршруту; график загрузки туристского предприятия; информационный листок к туристской путевке; памятка туриста; туристская путевка; лист бронирования; договор с клиентом; договора с агентами; договора с партнерами – поставщиками услуг; калькуляция или расчет стоимости тура (ценовые таблицы); описание маршрута; график движения по маршруту; карта-схема маршрута; описание технологических особенностей организации тура; справочные материалы по маршруту: буклеты, каталоги. Документация обслуживания: заявка на бронирование, подтверждение бронирования; подтверждение заезда, ваучер, лист согласования. Туристский пакет.

7. Туристские формальности.

Паспортно-визовые формальности. Виды паспортов, порядок их получения. Виды виз, туристская виза. Виды туристских виз и порядок их получения. Шенгенская виза. Визовая поддержка рецептивного туроператора: референс и порядок его получения, подтверждение о приеме, документы иностранного туриста для получения российской визы.

Таможенные формальности: таможенный контроль, таможенная декларация.

Санитарные формальности. Эпидемиологический контроль. Памятка для туристов, выезжающих в эндемичные страны.

8. Формирование сбытовой сети туроператора.

Формирование сбытовой сети туроператора: внутренние и внешние каналы сбыта; собственные бюро продаж и агентская сеть; традиционные и нетрадиционные формы продажи; розничные и оптовые агентства. Схемы рыночных каналов продвижения продукта туроператора. Традиционные и нетрадиционные формы продаж турпродукта. Агентское соглашение. Показатели надежности партнера по сбыту: правоспособность, кредитоспособность, дееспособность. Страхование профессиональной ответственности партнера по сбыту. Авансовые платежи. Факторы, принимаемые во внимание при подборе турагентов. Условия заключения и атрибуты агентского соглашения.

9. Агентские сети и франчайзинг в туризме и гостеприимстве.

Понятие франчайзинга. Характеристика факторов экономической эффективности франчайзинга для франчайзи. Агентские сети туроператора. Типичные условия работы турагентства в сети туроператора. Права и обязанности туроператора и турагента по договору франчайзинга. Франчайзинговый пакет.

10. Реклама в туризме. Роль и задачи.

Средства распространения рекламы в туризме.

Определение понятия «реклама». Цели рекламной деятельности. Отличительные черты туристской рекламы. Принципы рекламы. Структура и состав рекламного обращения. Рекламный слоган. Брендинг. Ненадлежащая реклама и ответственность. Средства рекламы, их преимущества и недостатки. Выбор средств рекламы. Факторы, влияющие на выбор средств рекламы. Принятие решений об основных параметрах рекламы – охват, частота, сила воздействия. График выхода рекламных материалов.

11. Программы развития туризма в Российской Федерации.

Кластерный подход при организации туризма.

Основные цели и задачи развития туризма в России. Федеральные программы регулирующие развитие туризма. Задачи целевых программ. Понятие туристских кластеров. Принципы государственно-частного партнерства.

12. Обслуживание клиента при продаже туров.

Психология продаж. Мотивы клиентов при покупке. Социально-психологический портрет туристов. Типы продавцов, типы покупателей. Мето-

ды формирования заинтересованности в покупке туристского продукта. Тактика продаж. Общение с клиентом по телефону.

13. Подготовка и участие в туристских выставках.

Послевыставочная работа.

Виды выставочных мероприятий в туризме. Крупнейшие туристские выставки мира и России. Цели выставочной деятельности. Цели туристских организаций при участии в выставках. Классификация выставочных мероприятий: по целям проведения, по частоте проведения, по характеру предложения экспонатов, по составу участников. Затраты и выгоды от участия в выставочном мероприятии. Этапы выставочной работы. Выбор выставки. Подготовка к выставке: организация и оплата стенда и оборудования; работа по предварительному каталогу; работа с оргкомитетом выставки; подготовка выставочной документации и рекламы, подготовка выставочной команды. Работа на стенде: место стенда на выставке; привлечение посетителей; планирование экспозиций; дизайн стенда; методы показа экспозиции; требования к стендовой (выставочной) команде. Основные правила выставочной работы. Работа после выставки: работа с журналом контактов, с прессой, действующими и потенциальными партнерами, клиентами. Отчет и аналитическая записка по работе на выставке.

14. Влияние индустрии туризма на экономику стран и регионов.

Основные сферы влияния туризма в экономике стран: местный доход, новые рабочие места, развитие новых отраслей, социальная и производственная инфраструктура, центры народных промыслов, уровень жизни местного населения, валютные поступления. Мультипликативный эффект. Положение России на международном туристском рынке.

15. Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.

Закон РФ «Об основах туристской деятельности». Структура закона. Характеристика основных разделов. Эволюция закона. Иные законодательные акты определяющие развитие туризма в РФ. Федеральная целевая программа развития въездного и внутреннего туризма.

16. Железнодорожный туризм. Организация железнодорожных туров.

Виды железнодорожного туризма: специальные туристско-экскурсионные поезда, перевозка групп туристов графиковыми поездами. Виды маршрутов на туристских поездах. Примеры. Организация маршрутов туристских поездов и обслуживания туристов. Документация турпоезда. Туристская бригада,

работающая на турпоезде: состав, цели и задачи, обязанности. Услуги на турпоезде. Путевая информация. Организация перевозки групп туристов графиковыми поездами: порядок бронирования мест и выкупа железнодорожных билетов. Индивидуальные и групповые железнодорожные билеты.

17. Индустрия гостеприимства. Классификация коллективных средств размещения туристов.

Назначение классификации в индустрии размещения, основные классификационные системы в России и за рубежом, типология средств размещения в соответствии с целевыми рынками, типология и классификация гостиничных номеров, классификационные требования к гостиницам различных категорий обслуживания в России. Правила предоставления услуг размещения в РФ.

18. Информационные и телекоммуникационные системы в туризме.

Виды информационных технологий и программ, используемых в туризме. Системы бронирования: локальные, национальные, корпорационные, ГКС. Офисные технологии. Системы бронирования туристских услуг. Информационные системы.

19. Государственное управление туризмом в Российской Федерации.

Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации. Современная система управления. Роль министерства, федерального агентства. Система управления в регионах. Общественные профессиональные организации и их роль в регулировании туристского рынка в РФ.

20. Анимация в туризме.

Понятие анимации в туризме. Виды анимации. Виды анимационных предприятий и мероприятий в туризме. Шоу-музеи, тематические парки, карнавалы и мистерии, костюмированные туры, анимация в отелях. Формула анимации в туризме: использование интереса, оживление экспозиции, включение туристов в действие, разнообразие развлечений. Цели и задачи анимационного обслуживания туристов. Примеры.

21. Туризм как социокультурное явление.

Туризм как явление культуры. Роль туризма в сохранении и развитии мировой культуры. Социопсихологические аспекты международного туризма. Воздействие туризма на жизнь местного населения. Положительные аспекты. Отрицательные аспекты. Конфликт интересов. Социальный конфликт. Иллюзия «легких» денег. Межкультурные коммуникации и их роль в современном об-

ществе.

22. Менеджмент туристских дестинаций. Основные направления.

Понятие туристской дестинации. Основные черты туристской дестинации. Дестинация как продукт. Направления управленческой деятельности в дестинациях. Маркетинг дестинаций.

23. Организация авиаперевозок в туризме. Виды и формы взаимодействия туристской фирмы и авиакомпании при организации туристских перевозок.

Нормативная база взаимоотношений туристской фирмы и авиакомпании: национальное, международное, межправительственное регулирование. Виды взаимодействия. Текущее бронирование, консолидация рейсов, квоты мест на консолидированных рейсах, блоки мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение, чартер.

Бронирование через ГКС. Характеристика особенностей каждого вида взаимодействия. Виды поездок и авиарейсов.

Бронирование авиабилета. Информация, необходимая для бронирования авиабилета. Требования профессиональной этики при бронировании авиабилетов. Виды тарифов, выписка авиабилета.

24. Автотуризм. Виды. Менеджмент организации автобусных туров.

Понятие. Виды автотуризма: автобусные маршрутные туры, использование автобусов как экскурсионного и внутримаршрутного транспорта, путешествия туристов с использованием личного автотранспорта, прокат автомобилей. Договор туристской фирмы с автотранспортным предприятием (АТП). Заявка на выделение автобусов. Паспорт автобусного маршрута – листы поездки (контрольный документ). Работа гида и водителя на автобусном туре. Требования и организация безопасности на автобусных турах. Тахограф. Ограничения в движении.

25. Водный туризм. Менеджмент организации речных и морских круизов.

Виды водного туризма: речные и морские круизы. Речные круизы: европейские и российские речные круизы, формы сообщений, организация речных круизов. Морские круизы: круизные компании и суда, зарубежные и российские круизы, организация круизов. Регистрация и размещение туристов на судне. Услуги на круизе, виды и категории кают. Обеспечение безопасности на водных круизах: посадочные талоны, правила внутреннего распорядка; учебная тревога, ограничения.

26. Туристский рынок: структура, особенности.

Современное состояние и тенденции развития.

Понятие туристского рынка. Структура туристского рынка. Особенности туристского рынка и их влияние на специфику деятельности по производству и продвижению туристского продукта. Современный туристский рынок – рынок покупателей. Современное состояние туристского рынка и тенденции развития: влияние информационных технологий, конкуренция, дифференциация продукта и сегментация потребителей, концентрация капиталов и интеграция, унификация технологий и обслуживания. Место и роль туроператора и турагента на современном туристском рынке. Примеры.

27. Современное состояние туризма в мире.

Прогнозы развития международного туризма.

Перспективные туристские дестинации XXI века.

Современное состояние туризма. Статистика международных туристских потоков. Статистика доходов. Современные тенденции туристского спроса. Самые перспективные туристские направления XXI века. Наиболее перспективные туристские дестинации.

28. Безопасность туризма.

Общее понятие безопасности и направления ее организации. Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов. Безопасность туристов во время перевозки. Туристская полиция. Правовое регулирование безопасности.

29. Страхование в туризме. Страхование профессиональной ответственности туроператора.

Виды страхования в туризме. Страхование профессиональной ответственности туроператора. Нормативно-правовая база страхования профессиональной ответственности туроператора. Основные пункты договора страхования ответственности туроператора.

30. Туристские ресурсы.

Понятия- ресурсы, рекреационные ресурсы, туристские ресурсы. Классификация туристских ресурсов. Свободное время, отдых. Свойства рекреационных ресурсов. Типы и виды туристских рекреационных ресурсов. Природные и культурно-исторические ресурсы.

Блок 3. Направленность: гостиничный менеджмент.

1. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства.

Современные тенденции развития индустрии гостеприимства: развитие международных гостиничных цепей, углубление специализации гостиничных предприятий, клиентоориентированный сервис, внимание к вопросам экологии в гостиничном бизнесе, внедрение информационных технологий и инноваций. Широкое использование Интернет ресурсов с целью продажи и продвижения гостиничного продукта. Развитие малых средств размещения. Внимание размещению инвалидов в отелях.

2. Типология средств размещения туристов.

Характеристика и особенности услуг предприятий, предоставляющих услуги размещения: гостиница, мотель, кемпинг, пансионат, миниотель, апартаменты, хостел, курортный отель, ферм хауз, сюит отель, ботель, флотель, флайтель, ротель.

3. Средства размещения туристов. Термины и определения.

Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения в национальных стандартах РФ: средство размещения, номерной фонд, номер в средстве размещения. Типы номеров: сюит, одноместный номер, двухместный номер «дабл», двухместный номер «твин», многоместный номер, дормитори, джуниор сюит, сюит апартамент, студия, соединяющиеся номера, дюлекс. Типы размещающихся туристов.

4. Службы гостиницы и их назначение.

Технологический цикл обслуживания гостей. Структура и функции служб гостиницы. Служба бронирования. Структура и требования к сотрудникам службы приема и размещения гостей. Организация работы службы эксплуатации номерного фонда. Виды уборочных работ. Задачи службы безопасности в отеле. Отдел маркетинга и продаж. Инженерная служба. Финансовая служба. Отдел кадров гостиницы. Применение стандартов обслуживания в гостинице. Требования к персоналу гостиницы. Должностная инструкция.

5. Характеристика и особенности гостиничных услуг.

Виды услуг гостиничного предприятия. Основные и дополнительные услуги средств размещения. Особенности гостиничных услуг. Дополнительные услуги – показатель специализации гостиницы. Классификация дополнительных услуг. Способы предложения. Варианты информирования гостей о

дополнительных услугах, времени и условиях их предоставления. Гостиничный продукт как комплекс услуг.

6. Предприятия питания в индустрии гостеприимства.

Классификация предприятий массового питания в зависимости от характера торгово-производственной деятельности, месторасположения, контингента обслуживаемых клиентов (гостей), ассортимента продукции (специализация), вместимости, метода обслуживания, время функционирования, уровня обслуживания. Типы ресторанов. Структура управления рестораном. Управленческий, обслуживающий и производственный персонал ресторана. Особенности предприятий питания гостиничных комплексов. Обслуживание в гостиничных номерах (Room service), мини-бар.

7. Классификация средств размещения.

Классификационные признаки средств размещения: местоположение, вместимость номерного фонда, продолжительность работы, уровень комфорта, форма собственности, функциональное назначение, организация услуг питания. Коллективные и индивидуальные средства размещения. Национальная система классификации гостиниц и иных средств размещения: цели классификации, присваиваемые категории. Требования к гостиницам и иным средствам размещения. Требования к персоналу гостиниц. Организация работ по подтверждению соответствия гостиницы системе классификации. Классификация отелей в разных странах мира.

8. Международные гостиничные компании и объединения.

История развития мировых гостиничных цепей. Определение понятий: гостиничная управляющая компания, гостиничная цепь. Основные признаки гостиничной цепи, причины интеграции. Преимущества и недостатки гостиничных цепей. Модели организации сетевого бизнеса. Международные гостиничные цепи, представленные в Екатеринбурге. Пути вхождения в гостиничную цепь. Особенности развития гостиничных компаний и объединений в России.

9. Стандарты обслуживания предприятий гостеприимства.

Внутрифирменные (корпоративные) стандарты обслуживания гостиничного предприятия, их цель. Этапы разработки стандартов предприятия гостеприимства. Виды стандартов в отеле: общие стандарты, стандарты рабочих процедур. Общие стандарты отеля: стандарты внешнего вида персонала, приветствия и прощания с гостями, профессиональный этикет, работа с заме-

чаниями и жалобами гостей, пропажи и находки. Стандарты рабочих процедур.

10. Гостиничный этикет.

Этикет в отношениях с гостями. Этикет делового общения сотрудников гостиницы. Этика и этикет руководителя. Мастерство телефонного общения персонала гостиничного предприятия.

11. Управление качеством услуг предприятия гостеприимства.

Качество гостиничных услуг: определение. Факторы, влияющие на качество гостиничных услуг. Роль стандартов обслуживания в повышении качества гостиничных услуг. Техническое и функциональное качество услуг. Организация контроля качества услуг в гостинице.

12. Информационные технологии в индустрии гостеприимства.

Процесс обработки данных и получения информации. Компьютерные системы, используемые на предприятиях индустрии гостеприимства. Этапы развития средств вычислительной техники на предприятиях индустрии гостеприимства. Ведущие производители аппаратного и программного обеспечения для гостиниц, ресторанов и туристических фирм. Сферы применения компьютеров в гостиницах и ресторанах. Глобальные и локальные компьютерные сети. Перспективные направления внедрения компьютерных технологий на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Понятие программы. Системные программы, операционные системы.

13. Службы гостиницы, их назначение и взаимодействие.

Структура управления гостиничным предприятием. Технологический цикл обслуживания гостей. Службы гостиницы и их взаимодействие. Контактные службы гостиницы.

14. Технологии деятельности отдела бронирования.

Технологии деятельности службы приёма и размещения гостиницы.

Бронирование номеров. Типы бронирования. Виды гарантированного бронирования. Основные функции отдела бронирования. Процедура бронирования номеров по телефону. Типичные ошибки оператора по бронированию. Тарифы. Состав службы. Front office и Back office службы приёма и размещения. Основные функции и технологии обслуживания: менеджер службы, швейцар, подносчик багажа, lobby manager, консьерж, оператор телефонной службы, ночной аудитор, портье. Портье отеля (RECEPTION): знания и умения,

личные качества, график работы, обязанности персонала. Процедура регистрации по прибытии и окончательный расчет гостя.

15. Административно-хозяйственная служба гостиницы.

Состав службы в зависимости от вместимости номерного фонда. Квалификационные требования и характеристики должностей обслуживающего персонала. Характеристика помещений номерного фонда: гостевые номера, кабинеты, бельевые кладовые, кладовые дополнительных постельных принадлежностей, кладовая моющих средств, мебельный склад, помещения для складирования мусора. Требования санитарных норм и правил к складским помещениям номерного фонда. Услуги, предоставляемые службой номерной фонд.

16. Классификация предприятий общественного питания.

Классификация предприятий общественного питания в зависимости от характера их деятельности: производство продукции общественного питания; производство, реализация продукции общественного питания и обслуживание потребителей; реализация продукции; предприятия выездного обслуживания.

Классификация предприятий общественного питания по типам: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейня, магазин кулинарии. Классификация ресторанов и баров по классам. Классификация предприятий массового питания по различным категориям: месторасположение, контингент обслуживаемых гостей, по циклу изготовления продукции, ассортимент продукции (специализация), вместимость, форма обслуживания, время функционирования.

17. Служба питания в гостиничном предприятии.

Служба питания и ее роль в индустрии гостеприимства. Предприятия общественного питания в гостинице. Задачи и функции деятельности служб питания. Особенности производственно-торговой деятельности предприятий питания в гостинице. Состав и характеристика производственных помещений, помещений для приема, хранения и отпуска товара; помещений административного, бытового и технического назначения. Требования к техническому оснащению, инвентарному обеспечению предприятий общественного питания в гостинице. Организационная структура службы питания в гостиницах различных типов. Назначение и характеристика подразделений службы питания: обслуживание в залах предприятий питания, обслуживание в номерах, обслуживание массовых мероприятий. Вспомогательные службы предприятий питания. Характеристика вспомогательных служб общественного питания. Хранение и отпуск товаров.

18. Технологии обслуживания потребителей на предприятиях питания в гостиницах.

Сервисные технологии в организации питания. Организация процесса обслуживания в предприятиях питания различных форматов. Классификация организационных форм и методов реализации услуг питания. Сроки приема пищи. Основное и промежуточное питание. Основное питание в зависимости от времени дня. Формы организации питания: обслуживание в ресторане, кафе, гостиничных комплексов. Условия питания; полный пансион и полупансион, одноразовое питание, все включено в стоимость. Питание во время экскурсий, путешествий, пикников. Обслуживание туристских групп на предприятиях общественного питания в гостинице. Особенности организации обслуживания туристов с учетом их возраста, пола, целей поездок и пр. Форма расчета с гостями: наличный, безналичный. По кредитной карточке.

19. Виды услуг питания в гостиничных предприятиях, методы и формы обслуживания.

Виды услуг питания в гостиничных предприятиях: полный пансион, полупансион, одноразовое питание, все включено в стоимость. Методы обслуживания: самообслуживание, обслуживание персоналом, комбинированный метод, а-ля карт, а –парт, табльдот. Буфетный стол. Стандартные обеды по абонеентам. Общий стол. Все виды общественного питания по абонеентам. Полное питание за определенную плату. Порционные блюда. Питание с постоянными ценами при выборе различных блюд. Питание с постоянными ценами на основные блюда и с талонами на десертные блюда, напитки и т.д. Питание со смешанными системами оплаты блюд. Питание с отпуском блюд в порядке самообслуживания: в буфетах, шведских буфетах; с подачей отдельных блюд по талонам и чекам, система кафетерия; с оплатой после еды, без предварительной выдачи чеков; прочие формы самообслуживания. Основные системы обслуживания: по европейскому плану (EP). По американскому плану (AP), модифицированный американский план, континентальный план. Виды завтраков и зависимость от контингента потребителей: континентальный, расширенный, английский, американский, завтрак с шампанским, поздний завтрак. Современные формы обслуживания: реализация скомплектованных обедов для лиц, проживающих в гостиницах по предварительным заказам. Организация залов-экспресс и столов-экспресс, организация чайного стола. Организация семейных обедов, проведение дегустации блюд национальных кухонь. Особенности организации обслуживания за барной стойкой. Оборудование, инвентарь и посуда в баре. Должностные обязанности и профессиональная этика бармена. Правила

реализации алкогольной и табачной продукции на предприятиях общественного питания в гостинице.

20. Специальные формы организации питания.

Организация обслуживания участников массовых мероприятий на предприятиях общественного питания в гостинице. Технологии и особенности обслуживания массовых мероприятий. Обслуживание участников конгрессов, конференций. Обслуживание спортсменов. Организация диетического и лечебно-профилактического питания. Обслуживания тематических и праздничных мероприятий. Организация обслуживания банкетов. Банкеты-приемы. Банкет-прием с полным обслуживанием в «обнос». Банкет-фуршет. Банкет-коктейль. Банкет-встреча. Банкет-чай. Ланчи, бранчи. Правила организации банкетов. Управление персоналом банкетного обслуживания. Требования к обслуживающему персоналу. Стандарты обслуживания. Особенности организации питания иностранных туристов и *vip* гостей. Особенности обслуживания в гостиничных номерах: прием и порядок выполнения заказа, назначение специального оборудования, столовой посуды и приборов; обслуживание через поэтажные буфеты-бары.

21. Модели взаимодействия внешней среды и предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

Модель естественного отбора, модель ресурсной зависимости. Стадии и особенности каждой модели. Связь с элементами мега-среды и рабочей среды. Адаптация, воздействие на благоприятные условия, изменение сферы деятельности. Способы адаптации: резервирование, сглаживание, прогнозирование, рacionamento. Методы воздействия на благоприятные условия среды (реклама и PR, подбор персонала, кооптация и проч.). Направления изменения сферы деятельности.

22. Управление гостиничным предприятием.

Формы управления гостиничным предприятием. Методы управления трудовым коллективом. Силь управления. Зависимость эффективности работы персонала от стиля управления.

23. Основные подходы к рыночному позиционированию предприятий гостеприимства.

Понятие позиционирования. Цели позиционирования. Особенности позиционирования предприятий гостеприимства. Этапы процесса позиционирования.

ния. Виды позиционирования. Сущность дифференциации. Сущность репозиционирования, недопозиционирования, перепозиционирования.

24. Управление клиентской лояльностью в предприятиях гостеприимства.

Сущность лояльности. Виды лояльности (поведенческая, воспринимаемая, комплексная). Измеряемые компоненты лояльности. Типы лояльности: истинная, ложная, латентная, отсутствующая. Программы лояльности и их эффективность.

25. Особенности формирования спроса на продукцию и услуги индустрии гостеприимства.

Понятие спроса. Факторы, влияющие на организацию продаж в предприятиях гостеприимства. Методы воздействия на потенциальных потребителей. Управление клиентской лояльностью: понятие, виды, программы лояльности. Сущность маркетинга взаимоотношений.

26. Современные направления инноваций в предприятиях индустрии гостеприимства.

Инновация. Инновационный процесс. Непременные свойства инновации. Логические формы инновационного процесса. Значение выбора инновационной стратегии. Инновационная стратегия. Формулировка инновационной стратегии. Возможные направления инноваций в гостиничном и ресторанном бизнесе. Затраты и риски выполнения инновационного проекта.

27. Экологические аспекты в деятельности средств размещения.

Деятельность отелей в поддержку охраны окружающей среды. Требования к средствам размещения по охране окружающей среды.

Участие гостиниц в международных и российских экологических программах.

28. Услуги малых средств размещения.

Классификация малых средств размещения: малая гостиница, мини-отель, меблированные комнаты, гостевые комнаты. Преимущества малых средств размещения. Варианты расположения малых средств размещения. Требования к услугам в малых средствах размещения. Тематические отели. Особенности развития мини-отелей в Свердловской области.

29. Нормативно-правовое регулирование гостиничного сектора в РФ.

Действующие законы и нормативные акты в России в области индустрии

гостеприимства. Национальная система классификации гостиниц и иных средств размещения: требования к средствам размещения, присваиваемые категории. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Требования государственного стандарта к услугам малых средств размещения. Должностная инструкция: структура. Правила внутреннего распорядка гостиницы. Внутрифирменные стандарты обслуживания. Органы и комитеты, управляющие сферой гостеприимства РФ.

30. Продвижение гостиничных услуг.

Формирование спроса на услуги гостиничного предприятия и стимулирование сбыта. Коммуникационные связи и продвижение гостиничного продукта. Основные каналы продвижения гостиничных услуг: реклама, прямой маркетинг, связь с общественностью, стимулирование продаж. Определение целей продвижения, выбор каналов коммуникаций, исследование рынка рекламы, анализ эффективности.

3.2 Перечень вопросов для итогового экзамена по направлению «Менеджмент»

Перечень вопросов:

1. Теория управления.
2. Генезис теории управления.
3. Цели и целеполагание в управлении.
4. Система управления.
5. Процесс и механизм управления.
6. Распределение полномочий: централизация и децентрализация управления.
7. Экономические методы управления: сущность, содержание, условия применения.
8. Стили управления в менеджменте.
9. Организационные изменения и развитие
10. Управление межличностными отношениями в организации. Управление конфликтами и стрессами.
11. Понятие «власть». Сущность основных форм власти.
12. Организационная культура как объект стратегических изменений. Факторы, влияющие на организационную культуру.
13. Предприятие как социально-экономическая система. Основные законы

(свойства) системы.

14. Типы связей между элементами системы управления.
15. Менеджер как субъект управления. Имидж менеджера.
16. Группа. Динамика групп. Управление группой.
17. Организационно-правовые формы хозяйственной деятельности.
18. Понятие эффективности менеджмента. Экономическая и социальная эффективность менеджмента.
19. Стратегия и тактика менеджмента.
20. Конкурентоспособность организации. Стратегии создания конкурентных преимуществ.
21. Анализ внутренней среды в стратегическом менеджменте. Срезы внутренней среды.
22. Анализ непосредственного окружения в стратегическом менеджменте.
23. Методы анализа среды. Методология проведения SWOT-анализа.
24. Миссия организации. Носители интересов. Факторы выработки миссии. Цели формулирования миссии.
25. Организационная структура как объект стратегических изменений.
26. Документационное обеспечение управления. Документирование и организация работы с документами.
27. Определение понятия «информация». Роль обратной связи в управлении. Виды управленческой информации и требования к ней.
28. Информационные технологии в управлении компанией.
29. Управление коммуникациями.
30. Технологии деловых коммуникаций.
31. Понятие, сущность и принципы маркетинга.
32. Концепции управления маркетингом.
33. Сегментирование рынка.
34. Стратегическое планирование маркетинга.
35. Метод матриц.
36. Модель покупательского поведения потребителей.
37. Товарная политика предприятия.
38. Разработка ценовой политики.
39. Разработка ценовой политики. Сбыт.
40. Формирование спроса и стимулирование сбыта
41. Сущность и принципы управления персоналом и организации.
42. Формирование кадровой политики в организации.
43. Методы управления персоналом в организации.
44. Подбор и расстановка персонала.
45. Профессиональное развитие и обучение персонала.

46. Мотивация и стимулирование труда и поведения. Основные теории мотивации.
47. Документационное обеспечение кадрового менеджмента.
48. Спрос, предложение, их взаимодействие. Эластичность спроса и предложения.
49. Характеристика рынка совершенной и несовершенной конкуренции.
50. Характеристика основных факторов производства.
51. Сущность, причины и последствия инфляции.
52. Макроэкономические показатели развития национальной экономики.
53. Сущность производственной логистики. Системы управления материальными потоками.
54. Управление запасами: виды и причины создания запасов. Стратегия управления запасами.
55. Финансовая модель анализа компании.
56. Финансовый анализ доходности компании.
57. Управленческий учет в системе управления предприятием.
58. Показатели качества продукции. Стандартизация: сущность, методы и принципы.
59. Системы менеджмента качества продукции (услуг). Разработка, внедрение и обеспечение функционирования.
60. Социальная ответственность бизнеса, ее место в системе корпоративного управления.

Вопросы по менеджменту туризма

61. Понятие туризма и туриста. Классификация туризма.
62. Менеджмент туроперейтинга.
63. Туроператор и турагент как субъекты туристского рынка. Виды туристских агентств.
64. Туристский продукт. Факторы производства и продвижения туристского продукта. Параметры качества туристского продукта.
65. Международные туристские организации, их классификация и роль в развитии мирового туризма.
66. Туристская документация.
67. Туристские формальности.
68. Формирование сбытовой сети туроператора.
69. Агентские сети и франчайзинг в туризме и гостеприимстве.
70. Реклама в туризме. Роль и задачи. Средства распространения рекламы в туризме.

71. Программы развития туризма в Российской Федерации. Кластерный подход при организации туризма.
72. Обслуживание клиента при продаже туров.
73. Подготовка и участие в туристских выставках. Послевыставочная работа.
74. Влияние индустрии туризма на экономику стран и регионов.
75. Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.
76. Железнодорожный туризм. Организация железнодорожных туров.
77. Индустрия гостеприимства. Классификация коллективных средств размещения туристов.
78. Информационные и телекоммуникационные системы в туризме.
79. Государственное управление туризмом в Российской Федерации.
80. Анимация в туризме.
81. Туризм как социокультурное явление.
82. Туризм как социокультурное явление.
83. Организация авиаперевозок в туризме. Виды и формы взаимодействия туристской фирмы и авиакомпании при организации туристских перевозок.
84. Автотуризм. Виды. Менеджмент организации автобусных туров.
85. Водный туризм. Менеджмент организации речных и морских круизов.
86. Туристский рынок: структура, особенности. Современное состояние и тенденции развития.
87. Современное состояние туризма в мире. Прогнозы развития международного туризма. Перспективные туристские дестинации XXI века.
88. Безопасность туризма.
89. Страхование в туризме. Страхование профессиональной ответственности туроператора.
90. Туристские ресурсы.

Вопросы по гостиничному менеджменту

1. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства.
2. Типология средств размещения туристов.
3. Средства размещения туристов. Термины и определения.
4. Службы гостиницы и их назначение.
5. Характеристика и особенности гостиничных услуг.
6. Предприятия питания в индустрии гостеприимства.
7. Классификация средств размещения.
10. Гостиничный этикет.
11. Управление качеством услуг предприятия гостеприимства

12. Информационные технологии в индустрии гостеприимства.
13. Службы гостиницы, их назначение и взаимодействие.
14. Технологии деятельности отдела бронирования. Технологии деятельности службы приёма и размещения гостиницы.
15. Административно-хозяйственная служба гостиницы.
16. Классификация предприятий общественного питания.
17. Служба питания в гостиничном предприятии.
18. Технологии обслуживания потребителей на предприятиях питания в гостиницах.
19. Виды услуг питания в гостиничных предприятиях, методы и формы обслуживания в гостинице.
20. Специальные формы организации питания.
21. Модели взаимодействия внешней среды и предприятия гостинично-ресторанного бизнеса
22. Управление гостиничным предприятием.
23. Основные подходы к рыночному позиционированию предприятий гостеприимства.
24. Управление клиентской лояльностью в предприятиях гостеприимства.
25. Особенности формирования спроса на продукцию и услуги индустрии гостеприимства.
26. Современные направления инноваций в предприятиях индустрии гостеприимства.
27. Экологические аспекты в деятельности средств размещения.
28. Услуги малых средств размещения.
29. Нормативно-правовое регулирование гостиничного сектора в РФ.
30. Продвижение гостиничных услуг.

IV СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Менеджмент

Основная литература:

1. Акулич, И. Л. Международный маркетинг [Текст] / И. Л. Акулич. - 2-е изд. – М.: БГЭУ. 2011. – 20 с.
2. Алексунин, В. А. Маркетинг [Текст] / В. А. Алексунин. - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К. 2011. – 20 с.
3. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник [Текст] / В. А. Алексунин. - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К. 2011. – 216 с.

4. Афоничкин, А. И. Основы менеджмента : учебник для вузов [Текст] / А. И. Афоничкин.- 1-е издание, Питер Пресс. 2012. – 200 с.
5. Асалиев, А. М. Экономика и управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. М. Асалиев, Г. Г. Вукович, Т. Г. Строителева. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 143 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=414575>. – Загл. с экрана.
6. Балашов, А. П. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. П. Балашов. – М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 272 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=452755>. – Загл. с экрана.
7. Балашов, А. П. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. П. Балашов. – М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 352 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406197>. – Загл. с экрана.
8. Баринов, В. А. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / В. А. Баринов. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 207 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=356857>. – Загл. с экрана.
9. Басовский, Л. Е. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / Л. Е. Басовский. – М. : НИЦ Инфра-М, 2012. – 365 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=253142>. – Загл. с экрана.
10. Генкин, Б. М. Управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс] : учебник / Б. М. Генкин, И. А. Никитина. – М. : Норма : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 464 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=405393>. – Загл. с экрана.
11. Голов, Р. С. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Р. С. Голов, А. П. Агарков. – М. : Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 272 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=411732>. – Загл. с экрана.
12. Грибов, В. Д. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Д. Грибов, В. Р. Веснин. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 357 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=426925>. – Загл. с экрана.
13. Дейнека, А. В. Управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А. В. Дейнека, В. А. Беспалько. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 392 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=415041>. – Загл. с экрана.
14. Дорофеев, В. Д. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопап. – М. : НИЦ ИНФРА-М,

2014. – 328 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=446399>. – Загл. с экрана.

15. Жигун, Л. А. Теория менеджмента: теория организации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Жигун. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 320 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=443056>. – Загл. с экрана.

16. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр, 2013. – 528 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=373808>. – Загл. с экрана.

17. Казакова, Н. А. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / Н. А. Казакова [и др.]; под ред. проф. Н. А. Казаковой. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 320 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=261613>. – Загл. с экрана.

18. Козырев, Г. И. Конфликтология [Электронный ресурс] : учебник / Г. И. Козырев. – М. : ИД ФОРУМ : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=420956>. – Загл. с экрана.

19. Консультирование в управлении человеческими ресурсами [Электронный ресурс] : уч. пос. / Н. И. Шаталова [и др.]; под ред. Н. И. Шаталовой. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 221с. – (ВО : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=413110>. – Загл. с экрана.

20. Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. Н. Лапыгин. – 2-е изд. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 208 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=398643>. – Загл. с экрана.

21. Максимцов, М. М. Современный менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / М. М. Максимцов ; под ред. М. М. Максимцова, В. Я. Горфинкеля. – М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 299 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=469777>. – Загл. с экрана.

22. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 288 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=352139>. – Загл. с экрана.

23. Романов, Е. В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Романов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ Инфра-М, 2012. – 160 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=260068>. – Загл. с экрана.

24. Сироткин, С. А. Стратегический менеджмент на предприятии [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. А. Сироткин, Н. Р. Кельчевская. – М. : НИЦ ИНФРА-М ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 246 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=398611>. – Загл. с экрана.

25. Управление персоналом организации [Электронный ресурс] : учебник / А. Я. Кибанов [и др.] ; под ред. А. Я. Кибанова ; ГУУ. – 4-е изд., доп. и перераб. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 695 с. – (Высшее образование : Бакалавр). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=444619>. – Загл. с экрана.

Дополнительная литература:

26. Боковня, А. Е. Мотивация – основа управления человеческими ресурсами (теория и практика формирования мотивирующей организационной среды и создания единой системы мотивации компании) [Электронный ресурс] : монография / А. Е. Боковня. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 144с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=392038>. – Загл. с экрана.

27. Борискина, Т. Б. 454 вопроса по менеджменту [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. Б. Борискина, О. С. Пескова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 101 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=406122>. – Загл. с экрана.

28. Гусаров, Ю. В. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Гусаров, Л. Ф. Гусарова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 263 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=363778>. – Загл. с экрана.

29. Дейнека, А. В. Управление персоналом организации [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А. В. Дейнека. — М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 288 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512044>. – Загл. с экрана.

30. Евтихов, О. В. Управление персоналом организации [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Евтихов. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 297 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=446364>. – Загл. с экрана.

31. Егоршин, А. П. Основы управления персоналом [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. П. Егоршин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=445836>. – Загл. с экрана.

32. Исаев, Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Р. А. Исаев. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 264 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=414940>. – Загл. с экрана.

33. Исаев, Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Р. А. Исаев. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 264 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=414940>. – Загл. с экрана.
34. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. Я. Кибанов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 365 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=480583>. – Загл. с экрана.
35. Кисляков, Г. В. Менеджмент: основные термины и понятия [Электронный ресурс] : словарь / Г. В. Кисляков, Н. А. Кислякова. – 2-е изд. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 176 с. – (Библиотека малых словарей "ИНФРА-М"). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=456118>. – Загл. с экрана.
36. Кукушкина, В. В. Введение в специальность. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / В. В. Кукушкина. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 252 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=412422>. – Загл. с экрана.
37. Курлыкова, А. В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Курлыкова. – М. : ИЦ РИОР : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354060>. – Загл. с экрана.
38. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент : понятия, концепции, инструменты принятия решений [Электронный ресурс] : справочное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 320 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=412045>. – Загл. с экрана.
39. Маслова, Е. Л. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : Практикум для бакалавров / Е. Л. Маслова. – М. : Дашков и К°, 2014. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=450799>. – Загл. с экрана.
40. Овчаров, А. О. Экономика туристских предприятий [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. О. Овчаров. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 176 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=337251>. – Загл. с экрана.
41. Островский, Э. В. Психология менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / Э. В. Островский ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 240 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=428132>. – Загл. с экрана.

42. Савченко, А. Б. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Б. Савченко. – М. : ИЦ РИОР : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 228 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=432687>. – Загл. с экрана.

43. Тихомирова, О. Г. Менеджмент организации: теория, история, практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Г. Тихомирова, Б. А. Варламов. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 256 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=509210>. – Загл. с экрана.

44. Фаррахов, А. Г. Теория менеджмента : История управленческой мысли, теория организации, организационное поведение [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Г. Фаррахов – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 272 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=421666>. – Загл. с экрана.

45. Хохлова, Т. П. Теория менеджмента : история управленческой мысли [Электронный ресурс] : учебник / Т. П. Хохлова. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 384 сб. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=397344>. – Загл. с экрана.

Маркетинг

Основная литература:

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 300 с. – (Высшее образование Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=448306>. – Загл. с экрана.

2. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов : пер. с англ. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 1071 с. – (Серия «Зарубежный учебник»). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=391834#>. – Загл. с экрана.

3. Резник, Г. А. Введение в маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. А. Резник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 202 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=443432>. – Загл. с экрана.

4. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=407721>. – Загл. с экрана.

Дополнительная литература:

5. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах [Электрон-

ный ресурс] : учебное пособие / П. С. Завьялов. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 336 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=434699>. – Загл. с экрана.

6. Калужский, М. Л. Практический маркетинг : учеб. пособие / М. Л. Калужский. – 2-е изд. – М. : Вузовский учебник : Инфра-М, 2015. – 132 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=467452>. – Загл. с экрана.

7. Моргунов, В. И. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. – М. : Дашков и К, 2014. – 184 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=450766>. – Загл. с экрана.

8. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Морозов ; под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. – 8-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 448 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>. – Загл. с экрана.

9. Нуралиев, С. У. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 362 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=415135>. – Загл. с экрана.

10. Романов, А. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – М. : Дашков и К, 2012. – 440 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=415055>. – Загл. с экрана.

11. Тимофеев, М. И. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. И. Тимофеев. – 3-е изд. – М. : ИЦ РИОР : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 223 с. – (ВПО : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=463390>. – Загл. с экрана.

12. Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 552 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=414952>. – Загл. с экрана.

Профиль менеджмент туризма

Основная литература:

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 214 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). –

Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484840>. – Загл. с экрана.

2. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма [Электронный ресурс] : учебник / А. С. Баранов, И. А. Бисько, под ред. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 383 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=519575>. – Загл. с экрана.

3. Бердяева, Т. В. Управление персоналом на предприятии туризма [Электронный ресурс] : учебник / Т. В. Бердяева, А. С. Захаров ; под ред. проф. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 180 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=369965>. – Загл. с экрана.

4. Бикташева, Д. Л. Менеджмент в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д. Л. Бикташева, Л. П. Гиевая, Т. С. Жданова. – М. : Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 272 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=445652>. – Загл. с экрана.

5. Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризм [Электронный ресурс] : учебник / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская ; под ред. проф. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 318 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=362895>. – Загл. с экрана.

6. Джум, Т. А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Текст] : учебное пособие / Т. А. Джум, С. А. Ольшанская. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 368 с. – (Бакалавриат).

7. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. П. Дурович. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 316 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478256>. – Загл. с экрана.

8. Зайцева, Н. А. Практикум по менеджменту туризма. Ситуации и тесты [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Зайцева. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Форум, 2011. – 168 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=260449>. – Загл. с экрана.

9. Зайцева, Н. А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. – М. : Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 320 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424026>. – Загл. с экрана.

10. Киседобрев, В. П. Менеджмент в туризме [Электронный ресурс] : учебник / В. П. Киседобрев, О. Н. Кострюкова, А. В. Киседобрев ; под ред. проф. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 152 с. – (Высшее обра-

зование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=369961>. – Загл. с экрана.

11. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов : пер. с англ. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 1071 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=391834>. – Загл. с экрана.

12. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма [Электронный ресурс] : учебник / В. П. Орловская ; под общ. ред. проф. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=369959>. – Загл. с экрана.

13. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. С. Скобкин. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 448 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=389982>. – Загл. с экрана.

14. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. С. Скобкин. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 496 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=468869>. – Загл. с экрана.

15. Степанова, С. А. Экономика предприятия туризма [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Степанова, А. В. Крыга. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 346 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=339110>. – Загл. с экрана.

16. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. Л. Тимохина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИД ФОРУМ : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 352 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=400614>. – Загл. с экрана.

Дополнительная литература:

17. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Ю. Баранова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 180 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=447214>. – Загл. с экрана.

18. Баумгартен, Л. В. Стандарты качества проведения экскурсий [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. В. Баумгартен – М. : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 96 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=495762>. – Загл. с экрана.

19. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. А. Быстров. – М. : Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 400 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=423744>. – Загл. с экрана.

20. Виноградова, М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина, А. А. Ларионова и др. – 4-е изд., испр. – М. : Дашков и К, 2013. – 280 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=430340>. – Загл. с экрана.

21. Дурович, А. П. Реклама в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. П. Дурович. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 158 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=414298>. – Загл. с экрана.

22. Клейман, А. А. Инфраструктура туризма: стратегия развития [Электронный ресурс] / А. А. Клейман, О. Б. Евреинов. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 386 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=515226#>. – Загл. с экрана.

23. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. А. Колесова. – М. : КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=512520>. – Загл. с экрана.

24. Кусков, А. С. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : учебник / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : Форум : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 400 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=420366>. – Загл. с экрана.

25. Левченко, Т. П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс] : монография / Т. П. Левченко, В. А. Янюшкин, А. А. Рябцев. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 162 с. – (Научная мысль; Туризм). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=424145#>. – Загл. с экрана.

26. Менеджмент в индустрии спорта : сб. ст. Вып. 1 [Электронный ресурс] / под ред. В. А. Леднева. – М. : МФПУ Синергия, 2012. – 200 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=451311>. – Загл. с экрана.

27. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. К. Моисеева. – М. : КУРС : НИЦ Инфра-М, 2013. – 272 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=390294>. – Загл. с экрана.

28. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Морозов ; под ред. проф. Ю. В. Морозова,

доц. В. Т. Гришиной. – 8-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 448 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>. – Загл. с экрана.

29. Овчаров, А. О. Экономика туристских предприятий [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. О. Овчаров. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 176 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=337251>. – Загл. с экрана.

30. Розанова, Т. П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : Практикум / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 132 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430296>. – Загл. с экрана.

31. Федорова, Т. А. Управление рисками и страхование в туризме [Электронный ресурс] : монография / Т. А. Федорова. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 192 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=397355>. – Загл. с экрана.

32. Шимова, О. С. Основы устойчивого туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. С. Шимова. – М. : НИЦ ИНФРА-М ; Минск : Нов. знание, 2013. – 190 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=406118>. – Загл. с экрана.

Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : учеб. пос. для вузов / Ю. Б. Башин [и др.] ; под общ. ред. проф. Ю. Б. Башина – М. : Вузов. учеб. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 204 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=420317>. – Загл. с экрана.

Профиль гостиничный менеджмент

1. Барчуков, И. С. Санаторно-курортное дело [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / И. С. Барчуков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 303 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=391265>. – Загл. с экрана.

2. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина. – 7-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. – 448 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=415588>. – Загл. с экрана.

3. Джум, Т. А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. А. Джум, С. А. Ольшанская. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 368 с. – (Бакалавриат). – Режим доступа :

<http://znanium.com/bookread2.php?book=474993>. – Загл. с экрана.

4. Дунченко, Н. И. Управление качеством в отраслях пищевой промышленности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. И. Дунченко, М. Д. Магомедов, А. В. Рыбин. – 4-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 212 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=415066>. – Загл. с экрана.

5. Зайко, Г. М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. М. Зайко, Т. А. Джум. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 560 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=389895>. – Загл. с экрана.

6. Зайко, Г. М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. М. Зайко, Т. А. Джум. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 560 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=389895>. – Загл. с экрана.

7. Зайцева, Н. А. Управление персоналом в гостиницах [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Зайцева. – М. : Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 416 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=406091>. – Загл. с экрана.

8. Зайцева, Н. А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. – М. : Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 320 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424026>. – Загл. с экрана.

9. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов : пер. с англ. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 1071 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=391834>. – Загл. с экрана.

10. Малых, Н. И. Экономика гостиничного предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. И. Малых, Н. Г. Можяева. – М. : Форум : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 320 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=406086>. – Загл. с экрана.

11. Позняковский, В. М. Безопасность продовольственных товаров (с основами нутрициологии) [Электронный ресурс] : учебник / В. М. Позняковский. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 271 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=460795>. – Загл. с экрана.

12. Романович, Ж. А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс] : учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев ; под общ. ред. проф. Ж. А. Романовича. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Даш-

ков и К°», 2013. – 284 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=430365>. – Загл. с экрана.

13. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. С. Скобкин. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 496 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=468869>. – Загл. с экрана.

14. Технологии и методы оздоровительного сервиса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Сигида [и др.] ; под ред. Е. А. Сигиды. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 190 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=461914>. – Загл. с экрана.

15. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. Л. Тимохина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИД ФОРУМ : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 352 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=400614>. – Загл. с экрана.

16. Управление качеством на предприятиях пищевой, перерабат. промышленности [Электронный ресурс] : учебник / под ред. В. М. Позняковского. – 3 изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2014 – 336 с. – (ВО : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=367398>. – Загл. с экрана.

17. Чебакова, Г. В. Товароведение, технология и экспертиза пищевых продуктов животного происхождения [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. В. Чебакова, И. А. Данилова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с. – (ВО : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=361170>. – Загл. с экрана.

18. Экологическая и продовольственная безопасность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р. И. Айзман [и др.]. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 240 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=507987#>. – Загл. с экрана.

Дополнительная литература:

19. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Ю. Баранова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 180 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=447214>. – Загл. с экрана.

20. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум [Электронный ресурс] : учебник / Л. В. Баумгартен. – М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 216 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=502143>. – Загл. с экрана.

21. Башин, Ю. Б. Кейтеринг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.

Б. Башин, Н. В. Телепченкова. – М. : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 126 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=502139#>. – Загл. с экрана.

22. Васюкова, А. Т. Технология продукции общественного питания [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А. Т. Васюкова, А. А. Славянский, Д. А. Куликов. — М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 496 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=513905>. – Загл. с экрана.

23. Виноградова, М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина, А. А. Ларионова и др. – 4-е изд., испр. – М. : Дашков и К, 2013. – 280 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=430340>. – Загл. с экрана.

24. Волгин, В. В. Открываю микропредприятие [Электронный ресурс] : практическое пособие / В. В. Волгин. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. – 584 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=430572>. – Загл. с экрана.

25. Гостиничный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Дмитриева [и др.] – М. : Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с. – (Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=473497>. – Загл. с экрана.

26. Деликатная, И. О. Безопасность товаров (продовольственных) [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. О. Деликатная, И. Ю. Ухарцева. – Минск : Выш. шк., 2012. – 252 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=507326>. – Загл. с экрана.

27. Катькало, В. С. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] : монография / В. С. Катькало, В. Н. Шемракова ; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб. : Высшая школа менеджмента ; 2008. – 384 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=493026>. – Загл. с экрана.

28. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Д. В. Лысенко. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 320 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=407438>

29. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. К. Моисеева. – М. : КУРС : НИЦ Инфра-М, 2013. – 272 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=390294>. – Загл. с экрана.

30. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Морозов ; под ред. проф. Ю. В. Морозова,

доц. В. Т. Гришиной. – 8-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 448 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>. – Загл. с экрана.

31. Розанова, Т. П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : Практикум / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 132 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430296>. – Загл. с экрана.

32. Романова, Г. М. Формирование корпоративной образовательной среды как формы частно-государственного партнерства в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] : монография / Г. М. Романова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013-204с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=373356#>. – Загл. с экрана.

33. Технология и организация гостиничных услуг [Текст] : учебник /Л. Н.Семеркова [и др.]. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 320 с. – (Высшее образование : Бакалавриат) . – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=473650>. – Загл. с экрана.

34. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник / Т. А. Тультаев. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 208 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=260847>. – Загл. с экрана.

35. Федцов, В. Г. Культура ресторанного сервиса [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Г. Федцов. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2014. – 248 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=430602>. – Загл. с экрана.

36. Щеникова, Н. В. Традиции и культура питания народов мира [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Щеникова. – М. : Форум : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 296 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=469955>. – Загл. с экрана.

37. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : учеб. пос. для вузов / Ю. Б. Башин [и др.] ; под общ. ред. проф. Ю. Б. Башина – М. : Вузов. учеб. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 204 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=420317>. – Загл. с экрана.

38. Ясовеев, М. Г. Природные факторы оздоровления [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. Г. Ясовеев, Ю. М. Досин. –М. : НИЦ ИНФРА-М; Мн. : Нов. знание, 2014. - 259 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=419653#>. – Загл. с экрана.

Учебно-методическое издание

Пирогова Ольга Вячеславовна

ПРОГРАММА
ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА

по направлению подготовки
38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

Редактор Е.Ю. Базаров
Компьютерная верстка Я.С. Кожакина

Учредитель, издатель: Академия туризма и международных отношений

E-mail: uralinsttur@yandex.ru

Сайт: www.uralinsttur.ru

Почтовый адрес издательства: 620034, Екатеринбург, ул. Марата, 17

Главный редактор: Пирогова Ольга Вячеславовна

E-mail редакции: uralinsttur@yandex.ru

Оригинал-макет изготовлен в издательском центре

Академия туризма и международных отношений

Тел/Факс: (343) 245-36-51

Подписано в печать 18.01.2016 г. Форма 60x84 1/16.

Бумага для множительных аппаратов.

Печать на ризографе. Гарнитура Times New Roman

Усл. Печ. л. 1,8

Тираж 300 экземпляров. Заказ №2.

Академия туризма и международных отношений

620034, Екатеринбург, ул. Марата, 17

uralinsttur@yandex.ru

© Академия туризма и международных отношений, 2016

