

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УТВЕРЖДЕНО
решением президиума
Ученого совета ННГУ
им. Н.И. Лобачевского
(протокол от 14 декабря 2021 г. № 4)

Рабочая программа дисциплины
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
43.03.03 "Гостиничное дело"

Направленность образовательной программы
Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий

Квалификация (степень)
Бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Нижний Новгород
2022 год

1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Стратегическое управление организациями индустрии гостеприимства и общественного питания» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б1.В.08) ООП по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий» (квалификации «Бакалавр»).

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений	ИК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение.	Уметь – формулировать цели развития предприятия индустрии гостеприимства, отражающие интересы собственников, заинтересованных сторон Знать – основы стратегического планирования Владеть – навыками разработки стратегических и тактических планов в сфере гостеприимства	Кейс-задача Доклад Тест Практическое задание
	ИК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Уметь: использовать методы стратегического управления предприятием индустрии гостеприимства для разработки и принятия управленческих решений Знать: Законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг Владеть: методами организационной диагностики и организационного проектирования гостиничного комплекса	Кейс-задача Доклад Тест Практическое задание
ПКР-7 - Способен формировать	ПКР-7.1. На основе научных методов исследований	Уметь: применять полученные знания в процессе разработки функциональных стратегий	Кейс-задача Доклад

гостиничные услуги, способствующие развитию региональных туристских кластеров	выявляет направления развития гостиничной деятельности в конкретной туристской дестинации.	предприятий индустрии гостеприимства Знать: содержание и методики разработки функциональных стратегий Владеть: методиками разработки функциональных стратегий предприятий индустрии гостеприимства	Тест Практическое задание
	ПКР-7.2. Владеет методикой научных исследований для формирования гостиничных услуг, способствующих развитию региональных туристских кластеров.	Уметь: осуществлять комплексный анализ внешней и внутренней среды предприятий индустрии гостеприимства с помощью SWOT-анализа, STEP-анализа и других методов и на этой основе определять конкурентные преимущества организации и приоритетные направления ее развития Знать: содержание методов анализа внутренней и внешней среды предприятия Владеть: навыками анализа внешней и внутренней среды предприятий индустрии гостеприимства	Кейс-задача Тест Практическое задание

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108		108
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):			
- занятия лекционного типа	16		4
- занятия семинарского типа	16		6
- КСР	1		1
самостоятельная работа	75		93
Промежуточная аттестация – экзамен/<u>зачет</u>			

2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе															
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы												Самостоятельная работа обучающегося, часы			
				из них															
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего						
Очная				Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная		
Тема 1. Сущность и истоки возникновения стратегического менеджмента в индустрии гостеприимства.	1 1		1 2	2			2			1				4		1	7		1 1
Тема 2. Постановка миссии и целей предприятия индустрии гостеприимства.	1 2		1 2	2			1	2					4		1	8		1 1	
Тема 3. Разновидности методов исследований стратегическом менеджменте индустрии гостеприимства.	1 4		1 3	2			2			1			4		1	1 0		1 2	
Тема 4. Особенности анализа внутренней и внешней среды предприятий индустрии гостеприимства.	1 4		1 4	2			1	2		1			4		2	1 0		1 2	
Тема 5. Структура рынка гостиничных услуг как элемент определяющий направление стратегического развития предприятия и	1 4		1 3	2				2		1			4		1	1 0		1 2	

методы его анализа.																	
Тема 6. Особенности продукта индустрии гостеприимства и методы его формирования и анализа.	1 4		1 3	2			2		1				4		1 0		1 2
Тема 7. Особенности интеграции и диверсификации в индустрии гостеприимства	1 4		1 3	2		1	2					4		1 0		1 2	
Тема 8. Разновидности стратегий в индустрии гостеприимства. Особенности их формирования, применения и их оценка.	1 4		1 3	2		1	2		1			4		2 0		1 1	
В т.ч. текущий контроль	1		1														
Промежуточная аттестация - зачет			4														
Итого	1 0 8		1 0 8	1 6		4	1 6		6			3 2		1 0 5	7	9 3	

Практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает решение прикладных задач по профилю профессиональной деятельности и направленности образовательной программы.

На проведение практических занятий (семинарских занятий) в форме практической подготовки отводится 16 часов (очная форма) и 6 часов (заочная форма).

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: способен формировать гостиничные услуги, способствующие развитию региональных туристских кластеров
- компетенции ПКР-7 - Способен формировать гостиничные услуги, способствующие развитию региональных туристских кластеров.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Преподавание учебной дисциплины «Стратегическое управление предприятиями индустрии гостеприимства и общественного питания» строится на сочетании лекций, занятий практического типа и различных форм самостоятельной работы студентов.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекции с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при проведении практических занятий с использованием учебного и научного оборудования, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Подготовку докладов и презентаций к практическим занятиям, выполнение творческих заданий и др.
3. Изучение источников управленческой информации.
4. Работу с ресурсами Интернет.
5. Решение практических ситуаций (кейсов).
6. Изучение практических материалов деятельности конкретных предприятий.
8. Подготовку к тестированию по темам и в целом курсу.
9. Подготовку к зачету по курсу.

Для углубленной проработки материала тем студентам предлагаются задания для самостоятельной работы (индивидуальной или групповой), по результатам которой ими готовится презентация и отчет.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных	При решении стандартных	Продемонстрированы	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все

	х умений . Невозможно сть оценить наличие умений вследствие отказа обучающего я от ответа	задач не продемонстр ированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	основные умения, реше ны все основные задачи с отдельными несуществен ным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	основные умения, . Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможно сть оценить наличие навыков вследствие отказа обучающего я от ответа	При решении стандартных задач не продемонстр ированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальны й набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстри рованы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстри рованы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстр ированы навыки при решении нестандартн ых задач без ошибок и недочетов.	Продемонстр ирован творческий подход к решению нестандартн ых задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция

		сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

6.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Понятия «стратегия» и «стратегическое управление».	УК-2, ПКР-7
2. Основные этапы разработки стратегии предприятий индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
3. Уровни стратегического управления. Разработка корпоративной стратегии предприятия индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
4. Разработка миссии предприятия индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
5. Стратегические цели как основа для планирования и организации деятельности предприятия индустрии гостеприимства. Процесс определения целей.	УК-2, ПКР-7
6. Анализ внешней среды. Основные факторы среды прямого и косвенного воздействия.	УК-2, ПКР-7
7. Анализ внутренней среды. Основные направления анализа внутренней среды.	УК-2, ПКР-7
8. Разработка деловой стратегии предприятия индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
9. Потребители как главный компонент внешней среды предприятия гостеприимства. Уровни анализа потребителей.	УК-2, ПКР-7
10. Рынок гостиничных услуг. Основные принципы сегментирования рынка гостиничных услуг.	УК-2, ПКР-7
11. SWOT- анализ как метод стратегического анализа среды. Алгоритм его применения.	УК-2, ПКР-7
12. Сущность и методология PEST-анализа.	УК-2, ПКР-7
13. Модель пяти конкурентных сил М. Портера как инструмент анализа конкурентной ситуации в индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
14. Отраслевой и конкурентный анализ с учетом специфики индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
15. Ключевые факторы отраслевого анализа в индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
16. Факторы, влияющие на выбор стратегии в индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
17. Характеристика и особенности применения базовых стратегий в деятельности предприятия индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7

18. Сущность и общая характеристика функциональных стратегий предприятия индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
19. Сущность и общая характеристика конкурентных стратегий предприятия индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
20. Стратегии диверсификации в индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
21. Необходимые условия успешной реализации стратегии предприятия индустрии гостеприимства.	УК-2, ПКР-7
22. Реализация стратегии как преобразование стратегических планов в действия и результаты.	УК-2, ПКР-7

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций УК-2, ПКР-7

1. В теории стратегического менеджмента философия фирмы – это форма выражения _____, совокупность важнейших принципов и качественных целей организации:
 - а) образа;
 - б) миссии;
 - в) стратегии.
2. _____ является документом, на основании которого предприниматель может аргументировано убедить финансово-кредитное учреждение в необходимости и целесообразности представления ему финансовых средств:
 - а) бизнес-проект;
 - б) технико-экономическое обоснование;
 - в) бизнес-план.
3. Стратегия _____, по мнению М.Портера, может строиться в трех вариантах: лидерства в снижении издержек, дифференциации и фокусирования:
 - а) зрелости;
 - б) развития;
 - в) функционирования.
4. Внутренние переменные организации – это:
 - а) цели, задачи, структура, технология, люди;
 - б) цели, задачи, технология, законы;
 - в) цели, задачи, структура, технология, потребители.
5. Для выбора роста компании существуют такие стратегии, как:
 - а) портфельная, деловая, функциональная;
 - б) организационная, экономическая, деловая;
 - в) портфельная, деловая.
6. Стратегический менеджмент перед собой ставит группы задач:
 - а) краткосрочные, стратегические;
 - б) долгосрочные, стратегические;
 - в) краткосрочные, долгосрочные.
7. Функция управления – это:
 - а) обоснованное направление управленческой деятельности;
 - б) деятельность по обеспечению реализации цели организации;
 - в) набор правил для принятия решений.
- 8) Планирование – это:
 - а) один из способов, с помощью которого руководство обеспечивает единое направление целей всех членов организации к достижению общих для них целей;
 - б) подготовка и выработка определенного направления деятельности;
 - в) когда работники подчиняются руководителю.
9. На какой из четырех вопросов не отвечает функция планирование:
 - а) что осталось в прошлом;
 - б) что находится в настоящем;

в) куда мы хотим двигаться.

10. Какой из перечисленных этапов не является эталоном управленческого контроля:

а) подготовка организационного контроля;

б) установление стандартов;

в) этап реализации действий.

11. Под стратегией организации в стратегическом менеджменте понимается:

а) бизнес-план внедрения нового продукта, технологии производства или социально-экономического метода управления;

б) комплексный план, предназначенный для осуществления миссии и достижения целей организации;

в) технико-экономическое обоснование ближайшего будущего организации

12. Какое из нижеприведенных определений характеризует цель организации:

а) конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе;

б) философия и предназначение, смысл существования организации;

в) предписанная работа, серия работ или часть работы, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки.

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

а) SWOT-анализ;

б) управленческий анализ;

в) проблемный анализ.

14. К видам стратегий, избираемых предприятием при разработке стратегических альтернатив, развития, не относится стратегия:

а) дифференциации;

б) сокращение численности персонала;

в) «снятие сливок».

15. Назовите исходный процесс стратегического управления:

а) анализ среды;

б) выбор стратегии;

в) определение миссии и целей.

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенций УК-2, ПКР-7

Кейс-задача. Особенности управления в компании Hilton Worldwide

Американский предприниматель Конрад Хилтон (1887–1979) вошел в историю, подняв гостиничный бизнес на недосягаемую высоту, потому что ввел понятие пятизвездочный отель по аналогии с хорошим коньяком. Надо подчеркнуть, что в качестве стартового капитала для открытия собственного дела он не располагал ничем, кроме твердого характера, инициативности, энергии, решительности и детского опыта коммерции в магазине отца.

Конрад Хилтон купив старый отель Mobley в Техасе в 1919 году, первым догадался рентабельно использовать его пространство. Этот дом с нелепыми колоннами на фасаде едва ли можно было назвать отелем. С фантазией у Хилтона было все в порядке и он заставил приносить прибыль не только саму гостиницу, но и колонны, окружив их стеклянными витринами с необходимыми в любой гостинице товарами: от газет и журналов до предметов личной гигиены. Прибыльность такого сервиса превзошла все ожидания – каждая колонна давала владельцу дополнительные 8 тысяч долларов. Дальше эта идея разовьется в сувенирный и подарочный бизнес при всех отелях Хилтон. Успех вдохновил Хилтона. Он решил серьезно заняться гостиничным бизнесом и открыл в Далласе первый отель под фирменным названием Хилтон в 1925 году, заложивший основу создания знаменитой гостиничной империи – глобальной сети элитных отелей с высококлассным обслуживанием и передового уровня оснащенности.

После Второй мировой войны империя Конрада Хилтона превратилась в крупнейшего лидера мировой гостиничной индустрии, стандарты которого брали на вооружение другие представители отрасли. Хилтон принял решение строить по одному отелю в год, но вскоре перевыполнил собственный план. Позже данная идея привела к внедрению и распространению системы франчайзинга.

На протяжении всей своей жизни он стремился к постоянному совершенствованию стандартов качества, эволюции отраслевых методов и применению собственных инструментов ведения дел. Сам он является автором трех новшеств: первым открыл объект за рубежом (в Пуэрто-Рико, 1949 г.), первым установил телевизоры во все номера (1951 г.), первым предложил сервисные услуги по прямому набору междугородных телефонных номеров (1957 г.). Все остальные достижения Хилтона связаны не с ноу-хау, а с глобальными поглощениями. Так, гостиница Статлера еще в 1908 году задолго до Хилтона стала пионером по внедрению в каждом номере ванных комнат, зеркал в полный рост, телефонных аппаратов и радиоточек, став образцом для всей отрасли на 40 лет вперед. Позже Статлер создал собственную гостиничную радиостанцию и ввел центральную систему кондиционирования воздуха. Но кончилось все тем, что в 1954 году Хилтон поглотил все восемь гостиниц Статлера.

Конрад Хилтон был первым в отельном бизнесе кто понял, что богатый клиент с удовольствием сэкономит небольшие деньги на гостиничном номере и с не меньшим удовольствием выбросит гораздо большие деньги в казино при той же гостинице. В конце 1960-х он твердо застолбил за собой чрезвычайно выгодные места в такой признанной игровой Мекке, как Лас-Вегас, построив там не совсем обычные отели.

В 1979 году Конрад Хилтон умирает в возрасте 92 лет. В 1994 году компания Hilton отмечает 75 лет творческого подхода к бизнесу – бриллиантовую годовщину отеля Моблей, основанный Конрадом Хилтоном. В этот день казино на речном судне открыло свои двери для широкой публики, став первым заведением такого рода, которое предложило услуги в сфере азартных игр на реке Миссисипи.

К настоящему времени Hilton представляет собой огромную корпорацию со штаб-квартирой в Беверли-Хилз (Калифорния, США), которая в свою очередь состоит из восьми гостиничных цепей (Conrad Hotels, Doubletree, Embassy Suites Hotels, Hampton Inn, Hampton Inn and Suites, Hilton Hotels, Hilton Garden inn, Homewood Suites by Hilton), имеющих собственные стандарты обслуживания. В собственности и под управлением корпорации находится свыше 2,5 тыс. клубов и центров отдыха, отелей (свыше 500 на 148 000 номеров) на территории 75 стран пяти континентов и около 2 тыс. игорных заведений и букмекерских контор, располагающих более чем 600-тысячной клиентурой в 160 странах мира. Количество сотрудников – свыше 70 тыс. человек. Финансовый оборот – около 9 млрд. фунтов стерлингов.

Компания планирует существенную экспансию в страны Центральной и Восточной Европы. Расширение деятельности в регионе будет проходить путем заключения соглашений об управлении.

Задания:

1. Какой стратегии развития придерживается компания?
2. Проанализируйте миссию компании. Соответствует ли она предъявляемым требованиям?
3. Проанализируйте бренды сети. Кто является их целевой аудиторией?

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы докладов

1. Уровни стратегического управления для предприятий индустрии гостеприимства.
2. Сущность процесса стратегического управления и его основные этапы.

3. Роль стратегического видения в формировании стратегии предприятия индустрии гостеприимства.
4. Формирование стратегических целей предприятия индустрии гостеприимства.
5. Внешняя среда предприятия индустрии гостеприимства и основные направления стратегического анализа.
6. Определение ключевых факторов конкурентного успеха в сфере гостиничного бизнеса.
7. СТЭП-анализ внешней среды: основные группы факторов и особенности проведения анализа.
8. Отраслевая привлекательность в отрасли гостеприимства: объективные характеристики.
9. SWOT-анализ организации: цели и порядок проведения.
10. Выбор стратегии на основе матрицы Дженерал Электрик/МакКинси («экран бизнеса»).
11. Бенчмаркетинг: сущность и цели анализа.
12. Мировые гостиничные сети.
13. Стратегии диверсификации в индустрии гостиничного бизнеса.
14. Стратегический ситуационный анализ организации: цель, задачи, способ проведения. Виды базовых стратегий и характеристика их выбора.
15. Стратегии достижения конкурентных преимуществ М. Портера.
16. Стратегия лидерства по издержкам: основные характеристики.
17. Стратегия дифференциации: основные характеристики.
18. Стратегия фокусирования: основные характеристики.
19. Конкурентное преимущество организации: способы формирования и сохранения.
20. Разработка конкурентной стратегии гостиничного предприятия.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений : справоч. пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 320 с. — (Справочники «ИНФРА-М»). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003258>
2. Родионова В.Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / В.Н. Родионова. — 3-е изд., испр. и перераб. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 106 с. — (ВО: Бакалавриат). — <https://doi.org/10.12737/22564>. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=352581>

б) дополнительная литература:

1. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 208 с. // Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=372284>
2. Егоршин А.П. Стратегический менеджмент : учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 290 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5950e6701deed8.90422341. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=372968>
3. Савченко А.Б. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / А.Б. Савченко. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 228 с. // Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=356221>
4. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=26229>
5. Журнал «Проблемы теории и практики управления» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=9009>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

1. <http://www.aup.ru> – Административно-управленческий портал. Информационно-методический ресурс по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и бизнес-форум по различным аспектам организации и управления предприятием.
2. <http://ecsocman.ru> – Федеральный образовательный портал (экономика, социология, менеджмент).
3. <http://www.cfin.ru> – Корпоративный менеджмент. Теория и практика финансового анализа, инвестиции, менеджмент, финансы. Книги и журналы.
4. <http://www.rjm.ru> – Российский журнал менеджмента.
5. <http://www.sf-online.ru> – Журнал «Секрет фирмы»
6. MSWindows 7
7. MicrosoftOffice 2007 Профессиональный
8. KasperskyEndpointSecurity 10 forWindows
9. Консультант Плюс

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ с учетом рекомендаций и ООП ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий».

Автор (ы) к.ф.н., доцент кафедры сервиса и туризма Богатырева Л.Г.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой сервиса и туризма д.э.н, профессор Ефремова М.В.