

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.06.2022 10:44:44
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский Университет дружбы Народов»**

АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ) ОП ВО

Изучение дисциплин ведется в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО)

Управление клиентским опытом и инновации в сервисе

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

Реализуемой по направлению подготовки:

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление клиентским опытом и инновации в сервисе» по направлению 38.04.02 Менеджмент

Наименование дисциплины	Профессиональный иностранный язык (английский)
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	6 ЗЕ (216 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Characteristics and Meaning: Issues of Understanding. Понятийный аппарат	Тема 1. The meaning of Service. Что такое сервис. Тема 2. The economy
Results and Residuals: The Issue of Impacts. Результаты и остаток.	Тема 1 The measurement of the industry. Измерительные технологии. Тема 2. The business cycle
Chamging and Directions: Planning and Development. Развитие и перспективы.	Тема 1 What is a Service: are they really an industry. Существует ли такая индустрия Тема 2. Setting up and growing a business.
Places and Products: Marketing and Consumer Issues. Маркетинг и вопросы потребления.	Тема 1. Customer expectations. Ожидания потребителя Тема 2. Company types and corporate governance.
Service industry. Индустрия сервиса.	Тема 1. Emerging markets- Новые рынки. Тема 2. Documentation processing
Demographic drivers of change. Демография и перемены.	Тема 1. Brand-Бренд. Тема 2. Global issues of the 21st century. Тема 3. Technology. Технология индустрии. Тема 4. Management styles and qualities.
Human capital. Кадры.	Тема 1. Sustainability. Социальная ответственность. Тема 2. Planning. Планирование. Тема 3. Organizing time and work
Common issues.	Тема 1. Hotels and restaurants. Ресторан в отеле. Тема 2. Hotel and on-line travel agent. Турагентство в отеле. Тема 3. Planning and setting objectives

Наименование дисциплины	Управленческая экономика
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Введение в управленческую экономику.	Введение в управленческую экономику. Экономика и принятие управленческих решений. Предмет управленческой экономики. Методы исследования.
Теория поведения потребителей и рыночный спрос.	1.1. Предпочтения и выбор потребителя. Анализ спроса и потребительское поведение. Аксиомы потребительского выбора. Функция полезности и её виды. Бюджетное ограничение. Построение кривых «доход- потребление» и кривых Энгеля для разных категорий экономических благ. Эффект дохода и эффект замещения (по Слуцкому и Хиксу).

	<p>Потребительский выбор. Концепция полезности. Линия бюджетного ограничения. Кривые безразличия. Предельная норма замещения. Динамическое равновесие потребителя. Стратегическое воздействие на потребительский выбор.</p> <p>1.2. Индивидуальный и рыночный спрос. Эластичность спроса.</p> <p>Индивидуальный и рыночный спрос. Эластичность спроса по цене. Факторы. Ценовой эластичности. Дуговая эластичность. Эластичность спроса по доходу, перекрёстная эластичность спроса по цене. Излишек (выгода) потребителя.</p>
<p>Теория производства, издержек, прибыли и рыночное предложение. Рыночные структуры.</p>	<p>2.3. Фирма и её цели.</p> <p>Классификация фирм. Организационно-правовые формы. Экономические и неэкономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Эластичность предложения. Излишек (рента) производителя.</p> <p>2.4. Фирма. Оценка производства и издержек.</p> <p>Производственная функция. Предельная функция технологического замещения. Теория и оценка издержек: краткосрочный и долгосрочный период. Максимизация прибыли и предложение конкурентной фирмы.</p> <p>2.5. Рыночные структуры.</p> <p>Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: совершенная конкуренция. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: монополия. Виды ценовой дискриминации. Решения по поводу ценовой политики и объёма производства: монополистическая конкуренция и олигополия.</p>
<p>Принятие решений в условиях риска и неопределенности</p>	<p>3.6. Анализ риска и неопределенности.</p> <p>Концепция определенности и неопределенности. Причины и последствия неполноты информации. Выработка решения в условиях риска (предполагаемая стоимость, измерение риска, корректировка риска, дерево решений). Выработка решений в условиях неопределенности</p>
<p>Рынки факторов производства.</p>	<p>4.7. Фирма на рынке ресурсов.</p> <p>Рынок и фирма как альтернативные формы взаимодействия. Причины возникновения фирмы. Границы фирмы. Труд. Предложение труда (зависимость от заработной платы, незарплатных выплат, ограничения часов работы и т.д.). Асимметрия информации на рынке труда. Сигнализирование. Капитал. Межвременной выбор. Оценка инвестиционных проектов.</p>

Государство, общество и управленческие решения фирмы.	<p>5.8. Асимметричность информации и управленческие решения. Теория «принципал-агент» и выработка управленческих решений. Рынки с асимметричной информацией. Страхование и моральный риск. Ситуация «принципал-агент». Влияние риска на взаимодействие «принципал-агент».</p> <p>5.9. Институциональные аспекты рыночной экономики. Общественный выбор. Внешние эффекты. Налоги и субсидии. Общественные блага. Проблема безбилетника. Проблемы общественного выбора.</p>
---	---

Наименование дисциплины	Методология исследования проблем управления
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Современные методологические подходы к идентификации и оценке проблем управления.	Эволюция методологических подходов в менеджменте. Обзор количественных и качественных методов идентификации проблем управления. Современные методы производственного менеджмента
Эксперимент как способ идентификации проблем управления	Виды экспериментов в исследованиях проблем управления. Способы постановки активного и пассивного эксперимента. Методы сбора, обработки и оценки качества информации, полученной в ходе эксперимента.
Методы определения приоритетности проблем управления	Шкалирование. Операциональные измерительные процедуры. Методы ранжирования альтернатив. Метод анализа иерархий
Методы оценки эффективности систем управления однородных экономических агентов	Система управления экономического агента как непараметрическая система типа «черный ящик». Методология анализа среды функционирования: основные понятия и принципы сравнительной оценки латентных переменных. Модели АСФ с ориентацией по входу и по выходу. Учет эффекта масштаба в моделях АСФ
Практические приложения методологии анализа среды функционирования	Формирование референтного множества для оценки сравнительной эффективности систем управления. Определение входов и выходов системы управления. Определение понятия эффективности. Методы работы с нежелательными выходами.

Наименование дисциплины	Теория организации управления
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы

<p>Тема 1. Теоретические предпосылки организации социальных систем.</p>	<p>Понятие системы. Понятие социальной системы. Структура социальной системы. Вклад в развитие социальных систем К.Маркса, Г. Спенсера, М.Вебера, П.Бурдьё, Э.Дюркгейма, Т.Парсонса, Л. фон Берталанфи.</p> <p>Сущность управления и категория «организации» в современном понимании. Объект, предмет, задачи теории организации. Организация как система. Организации как открытые и закрытые системы. Организационные подсистемы (организационно-структурный аспект). Параметры организации — структурные и контекстуальные. Внешняя и внутренняя среда организации. Параметры управления организацией. Системный подход в управлении.</p>
<p>Тема 2. Типы организационных структур.</p>	<p>Типология организационных структур по взаимодействию организации с внешней средой: механистические и органические.</p> <p>Типология организаций по взаимодействию структурных элементов внутри самой организации (внутреннее строение): линейные, линейно-функциональные, дивизиональные (по типу продукта, по территории, по нише рынка), матричные.</p> <p>Типология организационных структур по взаимодействию с сотрудниками: корпоративные и индивидуалистические.</p> <p>Новое в типологии организационных структур: эдхо(адхо)кратические организации, многомерные организации, партисипативные организации, холакратия, «бирюзовые» организации. Иерархия и гетерархия.</p>
<p>Тема 3. Влияние стратегии на структуру организации.</p>	<p>Понятие организационных целей и их классификация. Оперативные, тактические, стратегические цели. Критерии формулирования организационных целей: SMART, CLEAR, PURE. Понятие миссии организации. Требования к формулированию миссии организации. Задачи миссии организации.</p> <p>Стратегия организации. Типы стратегий организации. Эталонные стратегии развития. Выработка стратегии организации: основные шаги по ее определению и проблема выбора. Реализация стратегии: основные стадии, области проведения стратегических изменений, мобилизация потенциала для выполнения стратегии.</p> <p>Модель конкурентных стратегий Майкла Портера. Типология стратегий Майлза и Сноу.</p>
<p>Тема 4. Управление организационной культурой.</p>	<p>Организационная культура: понятие и типы культур. Соотнесение понятий "организационная культура" и "корпоративная культура". Классификация культур Г. Хофстеде. Классификация культур Ч. Ханди.</p> <p>Изучение и методы диагностики организационной культуры. Методы изменения организационной</p>

	<p>культуры. Этические ценности в организации и их источники.</p> <p>Методы формирования организационной культуры, используемый мультинациональными компаниями.</p> <p>Управление организационной культурой в процессах слияний и поглощений.</p>
<p>Тема 5. Проблемы общеорганизационного роста, оптимизации масштабов деятельности и управления жизненным циклом.</p>	<p>Масштабы организации: чем больше, тем лучше? Причины роста организации. Крупные, средние и малые организации: критерии оценки. Масштабы организации и бюрократия. Сущность бюрократии по М.Веберу. Критерии малых и больших организаций по М.Веберу.</p> <p>Размеры и структурные характеристики: формализация, децентрализация, сложность, коэффициенты по персоналу. Борьба с бюрократизацией.</p> <p>Жизненный цикл организации (ЖЦО). Стадии развития ЖЦО. Характеристики организации на разных стадиях ЖЦО и проблемы управления кризисами. Модель жизненного цикла Л.Данко. Модель жизненного цикла организации Л.Грейнера. Модель жизненного цикла организации И.Адизеса. Модель жизненного цикла Р.Л. Дафта. Организационные патологии.</p> <p>Управление организационными изменениями на разных стадиях жизненного цикла организации.</p>
<p>Тема 6. Конструирование организаций для международной окружающей среды.</p>	<p>Мотивация глобальной экспансии. Стадии международного развития. Глобальная экспансия посредством международных стратегических союзов.</p> <p>Структура организации, соответствующая глобальной стратегии. Модель глобальных и локальных возможностей. Международные подразделения. Глобальная продуктивно-дивизиональная структура. Глобальная регионально-дивизиональная структура. Глобальная матричная структура.</p> <p>Создание глобальных возможностей. Глобальные организационные проблемы. Механизмы глобальной координации.</p> <p>Культурные различия в координации и контроле. Национальные системы ценностей. Три национальных подхода к координации и контролю.</p> <p>Транснациональная модель организации.</p>
<p>Тема 7. Глобальная конкуренция и ее влияние на организацию.</p>	<p>Глобальные факторы конкуренции и организационный дизайн для оптимизации внутринациональной конкуренции. Дизайн самоуправляющихся рабочих групп (СУРГ). Дизайн динамических сетевых структур (ДСС).</p> <p>Организационный дизайн для оптимизации межнациональной конкуренции.</p> <p>Международная стратегия и оптимальный организационный дизайн. Сравнение моделей</p>

	<p>глобальной и локальной конкуренции. Международный отдел организации. Структурный дизайн для глобальных операций. Глобальная продуктовая организационная структура. Глобальная географическая организационная структура. Глобальная матричная организационная структура. Глобальная гетерархия.</p>
<p>Тема 8. Социальная эффективность: этика и корпоративная социальная ответственность бизнеса.</p>	<p>Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности. Анализ документов бизнес-структур, направленный на выявление элементов социально-ответственной политики компании. Этически сложные управленческие решения. Компании «противоречивой отрасли». Зарубежный опыт лоббирования интересов PR-отделами трех основных «противоречивых» отраслей: табачная промышленность, алкогольная промышленность, производство и продажа оружия. Нравственные и этические основы принятия сложных управленческих решений.</p>
<p>Тема 9. Подходы к определению организационной эффективности.</p>	<p>Подходы к определению общеорганизационной эффективности: целевой подход, ресурсный подход, подход с точки зрения общеорганизационных процессов, подход с точки зрения экономически заинтересованных сторон, подход с точки зрения конкурирующих управленческих ценностей.</p>
<p>Тема 10. Стратегическая роль инноваций в современной организации.</p>	<p>Понятие новации и инновации. Характеристика технологических революций. Технологические уклады. Значение искусственного интеллекта для преобразования бизнес-процессов. Новые принципы работы в эпоху искусственного интеллекта. Роботизация производства. Новые явления в процессах взаимодействия бизнеса и науки.</p>
<p>Тема 11. Управление организационными изменениями.</p>	<p>Понятие организационных изменений. Классификация организационных изменений. Примеры из практики. Компоненты процесса организационных преобразований и изменений. Этапы процесса организационных изменений. Причины сопротивления организационным изменениям. Методы преодоления сопротивления организационным изменениям. Модели управления изменениями: модель К.Левина, модель Р. Липитта. Модель управления изменениями "переходного периода" и модель "EASIER". Мониторинг и контроль процесса изменений.</p>
<p>Тема 12. Национальные системы управления и организационного поведения в условиях глобализации.</p>	<p>Эволюция современной управленческой парадигмы и ее влияние на модели ОП. Западная, японская и китайская модели менеджмента — проблемы оптимизации в условиях глобализации. Российской менеджмент: общее и национально-специфическое. Основные направления эволюции и оценка потенциала. Стили руководства и лидерства в</p>

	<p>современной России и их влияние на модель управления и орг. поведения.</p>
<p>Тема 13. Роль и место "мягких" технологий в повышении эффективности систем управления человеческими ресурсами и их организационным поведением.</p>	<p>Психологические различия между индивидуумами и их влияние на профессиональную деятельность. Ценности, отношения и установки, теории личности и личностное развитие. Источники и основные виды ценностей. Составные части отношений, взаимосвязь между ними и их влияние на поведение индивидуума. Развитие личности и базовые теории личности: психоанализ З. Фрейда и К. Юнга и их последователей, теории характерных черт Г. Олпорта и Р. Каттелла, теория социального усвоения («научения») Б. Скиннера. Специфические черты личности, влияющие на непосредственное отношение к труду: уровень самоконтроля, авторитаризм и догматизм, стиль разрешения проблем, уровень макиавеллизма, тип А и тип Б личности, терпимость к неопределенности. Управление индивидуальными различиями. Основные психологические портреты и типы темперамента. Шкала И. Майерс и К. Бриггс. Работы Д. Кейрси и его четыре типа темперамента. Соционика и базовые модели личности по типу энерго-информационного метаболизма.</p>
<p>Тема 14. Эффективное управление организационным поведением на основе лидерства и современные формы его реализации.</p>	<p>Современная парадигма эффективного управления и ведения бизнеса — психология лидерства. Психология лидерства и объективные данные к лидерству. Черты и поведение лидеров: основные теории и их практическое применение. Теории вознаграждения и наказания и их роль в практике лидерства. Теории харизматического и трансформационного лидерства и их реализация. Ситуативные теории лидерства Ф. Фидлера, Р. Хауса, П. Херси, К. Бланшара и др. Теории символического лидерства и их роль в практике управления бизнесом. Психологический портрет руководителя и основные рекомендации по самосовершенствованию. Психология делового имиджа — место и роль в современном бизнесе. Сущность индивидуального имиджа и его основные параметры. Формирование способности влиять на людей. Позитивная энергетика и позитивный менталитет. Формирование позитивного образа организации в целом.</p>
<p>Тема 15. Управление деловыми конфликтами в современной практике менеджера.</p>	<p>Сущность межгрупповых конфликтов. Горизонтальный конфликт. Вертикальный конфликт. Природа конфликтов. Типы изменений в поведении при межгрупповых конфликтах (МГК). Модель МГК. Горизонтальный конфликт. Контекстуальные и организационные факторы. Характеристики взаимоотношений между организационными подразделениями. Модель сотрудничества в организации, ее основные преимущества. Потери в</p>

	<p>результате конфликта. Техника управления МГК. Вертикальный конфликт (ВК). Источники конфликтов между персоналом и администрацией. Разрешение ВК. Коллективные переговоры. Тактика сотрудничества.</p>
<p>Тема 16. Проблемы управления деловыми коммуникациями в современной организации. Особенности кросс-культурных коммуникаций.</p>	<p>Сущность коммуникативной функции и ее содержание. Типы организационных коммуникаций и управление ими. Нормативная структура коммуникационного процесса и его «барьеры». Принципы построения эффективных деловых коммуникаций. Правило активного и конструктивного слушания. Правило обратной связи.</p>
<p>Тема 17. Психологические и социальные аспекты теорий мотивации и современная практика управления организационным поведением.</p>	<p>Мотивация поведения личности и ее использование в бизнесе. Обеспечение мотивации поведения индивидуума как основа стимулирования к высокопроизводительному и творческому труду. Использование теорий личности в обеспечении условий мотивации; интегративная модель мотивации и практическое применение. Оптимизация методов мотивации сотрудников в современной организации. Разработка стратегии мотивации — использование теорий усвоения/«научения», закрепленного поведения и новые подходы к обеспечению высокомотивированного индивидуального труда посредством нетрадиционных форм вознаграждения. Практические методы воздействия на сотрудников в целях выявления динамики индивидуальных потребностей. Реализация концепций мотивации крупнейших отечественных психологов (Л. С. Выготского и его учеников). «Методика двойной (параллельной) мотивации». Возможности применения концепции организационного роста. Методы практического удовлетворения потребностей высших уровней. Критерии мотивирующей организации труда.</p>
<p>Тема 18. Управление рабочим временем и стрессовыми ситуациями.</p>	<p>Основы управления рабочим временем. Определение непроизводительных трат. Методы повышения индивидуальной организованности. Практические рекомендации по управлению рабочим временем и особенности их реализации. Техника быстрого чтения. Эффект семи «мелочей». Основы управления стрессом. Оценка подверженности стрессам. Типы стрессов: информационный, эмоциональный, психологический. Фазы стресса: тревога, сопротивление, истощение. Типы А и Б личности и их поведение в стрессовых ситуациях. Методика определения степени напряженности и ее практическое применение. Выявление наклонностей к стрессу и управление им. Профилактика стресса.</p>

Наименование дисциплины	Современный стратегический анализ
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
РАЗДЕЛ I. ВВЕДЕНИЕ В «СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ»	
Тема 1. Теоретические проблемы конкуренции и современного стратегического анализа	Понятие и цели стратегического анализа. Роль анализа в формулировании стратегии. Алгоритм стратегического анализа. Стратегическое соответствие. Эволюция от корпоративного планирования к стратегическому менеджменту. Функции стратегического менеджмента в фирме. Стратегия как подкрепление решения и как механизм координации.
Тема 2. Международная экономическая интеграция и проблемы стратегического анализа	Теории интернационализации. Три подхода к процессу интернационализации (скандинавский, транзакционных издержек, сетевой). Глобализация как императив мирового развития. Альтернативные взгляды на процессы глобализации. Мотивация вовлечения в процессы глобализации. Конъюнктура и экономические циклы в развитии мировой, региональной и национальной экономик. Факторы адаптации к окружающей среде (иностранному законодательству, социальным и экономическим условиям, сохранению уровня конкурентоспособности).
РАЗДЕЛ II. МЕТОДОЛОГИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	
Тема 3. Общеметодологические вопросы стратегического конкурентного анализа	Методология как учение о методах анализа социально-экономических явлений. Метод как совокупность устойчивых правил. Процедуры и техники анализа. Выбор методологии стратегического анализа. Типы и уровни методологии (всеобщий, общенаучный, частнонаучный).
Тема 4. Оценка условий выхода на международные рынки. Анализ политико-правовой, экономической, социокультурной и технологической среды бизнеса	Структура анализа внешней среды. Особенности анализа внешней среды в условиях переходных обществ/экономик (страны СНГ). Выбор сферы деятельности на внешнем рынке. Выбор принимающей страны и методология оценки преимуществ принимающего государства. Выбор зарубежного партнера. Организационные формы международной кооперации. Порядок формирования данных о потенциальном партнере. Этапы достижения сотрудничества с зарубежными партнерами. Понятие, характеристика и особенности политико-правовой среды. Международное политическое и правовое окружение: правила и обычаи. Общий свод законов, законы ислама, марксистские принципы и убеждения

	<p>Понятие, характеристика и особенности экономической среды в международном бизнесе: национальный и международный аспекты.</p> <p>География и история как основы культурного понимания культур, международных и глобальных рынков. Влияние географии на размещение населения, транспортную инфраструктуру и экономическое развитие.</p>
<p>Раздел III ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА</p>	
<p>Тема 5. Отраслевой и конкурентный анализ</p>	<p>Принципы анализа отраслевой структуры. Спрос и конкуренция. Анализ привлекательности отрасли. Прогнозирование прибыльности отрасли. Стратегии изменения отраслевой структуры. Отрасли и рынки. От привлекательности отрасли к конкурентному преимуществу: выявление главных факторов успеха. Недостающая сила в модели Портера. Вклад теории игр в стратегический анализ. Сценарный анализ.</p> <p>Сбор данных о конкурентах. Алгоритм прогнозирования поведения конкурентов. Применение результатов анализа конкурентов. Стратегические группы.</p>
<p>Тема 6. Ресурсный анализ и компетенции</p>	<p>Роль ресурсов и способностей в формулировании стратегии. Стратегия, основанная на ресурсах и компетенциях. Ресурсы и компетенции как источники прибыли. Ресурсы организации (материальные, нематериальные, человеческие). Оценка потенциальной прибыльности ресурсов и компетенций. Алгоритм работы с ресурсами и компетенциями (идентификация, оценка, развитие). Развитие новых компетенций. Управление знаниями.</p>
<p>Тема 7. Источники конкурентного преимущества</p>	<p>Природа и источники конкурентного преимущества. Условия возникновения конкурентного преимущества. Устойчивость конкурентного преимущества. Диагностика конкурентного преимущества. Конкурентное преимущество на различных рынках (с эффективной конкуренцией, на торговых рынках, на производственных рынках).</p> <p>Типы конкурентного преимущества (по издержкам и преимущество, по различию). Источники преимущества по издержкам (эффект масштаба, экономия за счет обучения). Кривая опыта. Анализ цепочки ценности. Управление издержками.</p> <p>Конкурентные преимущества на основе чувствительности к изменениям и инноваций. Дифференциация как источник преимущества и ее достоинства. Переменные дифференциации. Устойчивость преимущества за счет дифференциации. Анализ цепочки ценности</p>

	товаров производственного назначения и потребительских товаров.
Раздел IV СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ И ФОРМУЛИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ	
Тема 8. Подходы к разработке и процесс выбора стратегии	Критерий неопределенности и тенденции во внешней среде. Конкуренция и высокая изменчивость. Давление социальных групп. Оценка эффективности действующей стратегии. Привлекательность рынка (страны) и конкурентоспособность. Определение емкости рынка. Формирование модели выбора рынка. Критерии принятия решения о внедрении на внешние рынки. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Оценка альтернативных стратегий. Стратегия и политика фирмы. Содержание стратегического плана компании. Выбор стратегий малым и средним бизнесом. Экспортные, контрактные, иерархические стратегии, их преимущества и недостатки.
Тема 9. Современные тенденции стратегического управления	Развитие стратегического мышления на современном этапе. Теория сложности. Организационные структуры, основанные на потенциальных возможностях. Организация, ориентированная на адаптивность. Управление корпоративным портфелем. Создание стоимости посредством реструктуризации корпорации. Новейшие тенденции в управлении многопрофильными корпорациями. Корпоративные менеджеры как двигатели организационного изменения.

Наименование дисциплины	Основы теории вероятностей и статистический анализ
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Основы теории вероятностей.	Предмет теории вероятностей. История развития. Теория вероятностей, как важнейший раздел математики. Различные подходы к определению вероятности. Комбинаторика. События и действия над ними. Примеры. Аксиоматическое определение вероятности. Аксиоматический подход к теории вероятностей. Вероятностное пространство. Свойства вероятности. Примеры: схема равновероятных исходов, геометрические вероятности. Условная вероятность. Теорема умножения. Формулы Независимость случайных событий. Испытания Бернулли.

	<p>Биномиальное распределение. Теоремы Лапласа и Пуассона. Приближенные формулы для оценки вероятности $P_n(k)$. Закон больших чисел в форме Бернулли.</p>
<p>Случайные величины.</p>	<p>Случайные величины и их распределения. Дискретный и непрерывный типы распределений. Распределения и плотность распределения, их свойства. Примеры дискретных и непрерывных случайных величин. Многомерные случайные величины и их распределения. Функции распределения суммы и частного двух случайных величин. Распределение суммы двух нормальных случайных величин. Числовые характеристики случайных величин. Математическое ожидание и дисперсия. Определения. Формулы расчета. Вычисление математического ожидания и дисперсии основных дискретных и непрерывных случайных величин. Свойства математического ожидания и дисперсии. Расчеты M и D, основанные на этих свойствах. Смешанные моменты. Корреляция. Корреляционная матрица и коэффициент корреляции. Примеры. Условные законы распределения. Условное математическое ожидание. Понятие. Характеристические функции и их свойства. Связь с моментами. Примеры. Производящие функции. Формула обращения и теорема единственности. Характеристические функции многомерных случайных величин.</p>
<p>Предельные теоремы теории вероятностей. Метод Монте – Карло.</p>	<p>Закон больших чисел и массовые явления. Закон больших чисел в форме Чебышева. Неравенство Чебышева. Теорема Бернулли и Пуассона. Понятие об усиленном законе больших чисел. Центральная предельная теорема. Классическое определение центральной предельной теоремы. Правило трех сигм. Метод Монте – Карло. Моделирование случайных величин и процессов.</p>
<p>Статистическая оценка неизвестных параметров распределений.</p>	<p>Основные понятия и элементы выборочной теории. Статистические ряды. Эмпирическая функция распределения. Выборочные моменты. Основные статистические распределения: χ^2, tF и их характеристики. Распределение некоторых выборочных статистик, связанных с основными статистическими распределениями и нормальным законом распределения. Задача оценивания параметров. Постановка задачи. Оценки и их свойства. Функция правдоподобия. Информационное количество Фишера. Неравенство Рао-Крамера. Эффективные оценки. Достаточные статистики. Критерий</p>

	факторизации. Теорема Колмогорова – Блекуэлла. Методы тоценивания параметров. Метод моментов, метод максимального правдоподобия, метод минимума х. Интервальное оценивание параметров. Постановка задачи. Доверительные нормального закона распределения. $N(m, \sigma)$. Интервальное оценивание параметров. Интервальное оценивание параметров распределений отличных от нормального закона распределения.
Теория проверки статистических гипотез.	Теория статистических гипотез. Постановка задачи. Примеры статистических гипотез. Общие принципы проверки статистических гипотез. Критерии значимости и согласия: $-\chi^2$ - критерий, критерии Колмогорова и Смирнова. Параметрические гипотезы. Выбор из двух простых гипотез. Критерий Неймана – Пирсона. Примеры применения. Последовательный критерий отношения правдоподобия (критерий Вальда) и его свойства. Критерии однородности. Критерии независимости, случайности.
Корреляционный и регрессионный анализ. Теория массового обслуживания.	Корреляционный анализ. Задачи корреляционного анализа, выборочный коэффициент корреляции, его свойства, и вычисления. Регрессионный анализ. Метод наименьших квадратов. Уравнения линейной регрессии, оценивание параметров регрессии. Однофакторный дисперсионный анализ. Системы массового обслуживания.

Наименование дисциплины	Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	5 ЗЕ (180 часов)
Курсовая работа	1 ЗЕ (36 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Подготовительный этап разработки маркетинговых коммуникаций	
Тема1. Сущность маркетинга и маркетинговых коммуникаций.	Понятие маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Производственная концепция. Товарная концепция. Концепция интенсификации маркетинговых усилий. Концепция маркетинга. Концепция социально-этического маркетинга. Холистический маркетинг: внутренний маркетинг, маркетинг взаимоотношений и партнерства, интегрированный маркетинг, социально-ответственный маркетинг. Понятие маркетинговых коммуникаций. Особенности маркетинговых коммуникаций в России. Этапы разработки эффективных маркетинговых

	коммуникаций. Переход к комплексу ИМК. Методы разработки бюджета продвижения.
Тема 2. Управление маркетингом.	Маркетинговая среда: макросреда и микросреда. Влияние спроса на стратегию маркетинга и маркетинговых коммуникаций: виды спроса и виды маркетинга. Маркетинговый комплекс: 4Р, 4С, 5Р, 6Р.
Тема 3. Стратегическое планирование в маркетинговых коммуникациях.	Общая характеристика ситуационного анализа: сущность, цель, задачи и основные этапы. <i>SWOT</i> -анализ как инструмент ситуационного анализа. <i>PEST</i> -анализ как инструмент ситуационного анализа. Модель стратегического управления И. Ансоффа как инструмент ситуационного анализа. Модели <i>McKinsey/GE</i> и матрица <i>Shell/DPM</i> как инструменты ситуационного анализа.
Тема 4. Планирование целевого рынка для построения эффективных маркетинговых коммуникаций.	Понятие сегментации, признаки сегментации, планирование стратегии сегментации рынка.
Тема 5. Управление продуктом в интегрированных маркетинговых коммуникациях.	Классическая мультиатрибутивная модель продукта и ее модификации. Классификация товаров и услуг. Жизненный цикл товара и его значение в маркетинговых коммуникациях. Матрица <i>BCG</i> . Ассортимент и управление им.
Тема 6. Ценообразование в маркетинге.	Понятие цены. Формирование цены с точки зрения производителя, потребителя и конкурентов. Значение ценообразования в маркетинговых коммуникациях.
Тема 7. Управление каналами распределения.	Виды каналов распределения. Способы распространения каналов распределения. Посредники, их виды и место в маркетинговых коммуникациях.
Тема 8. АВС анализ и его значение в маркетинговых коммуникациях.	АВС – анализ: принципы построения. Группа А, Группа Б, Группа С. XYZ- анализ. Совмещенный АВС и XYZ анализ. Использование АВС и XYZ анализа в маркетинговых коммуникациях.
Раздел 2. Маркетинговые исследования и их роль в планировании маркетинговых коммуникаций.	
Тема 9 Значение и классификация маркетинговой информации.	Цель и задачи маркетинговых исследований. Организация маркетингового исследования. Процесс маркетингового исследования. Определение проблемы и цели маркетингового исследования. Информация в маркетинговых исследованиях. Отчет о результатах маркетинговых исследований.
Тема 10 Качественные методы проведения маркетинговых исследований.	Методы исследования в маркетинге. Наблюдение в маркетинговых исследованиях. Использование метода фокус-группы в маркетинговых исследованиях. Метод глубинного интервью и проективные методики в маркетинговых исследованиях. Панельный

	метод в маркетинговых исследованиях. Эксперимент в маркетинговом исследовании.
Тема 11. Количественные методы проведения маркетинговых исследований.	Опрос в маркетинговых исследованиях. Методика составления анкет. Шкалирование. Аудит розничной торговли. Дескриптивный анализ и разработка выборочного плана.
Тема 12. Маркетинговое исследование конкурентов и конкурентоспособности.	Методика оценки конкурентоспособности компании. Оценка конкурентоспособности продуктов и персонала. Бенчмаркинг.
Тема 13. Маркетинговое исследование потребителей	Потребности и выгоды потребителя. Факторы, влияющие на потребителя. Методы изучения потребительского мнения. Исследование системы ценностей потребителей
Раздел 3. Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии на рынке B2C и B2B.	
Тема 11 Реклама.	Определение понятия. Преимущества и недостатки рекламы. Виды рекламы. Цели рекламы в зависимости от ее вида. Основные средства рекламы. Особенности международных рекламных кампаний.
Тема 12. Брендинг как инструмент маркетинговых коммуникаций.	Торговая марка и бренд: сходство и различия. Основные определения брендинга. Основные атрибуты бренда как средство коммуникации с потребителем.
Тема 13. PR-деятельность.	Сущность PR и основные этапы планирования. Организация PR в компании. Технология и содержание PR-деятельности. Имидж и образ фирмы на международных рынках.
Тема 14. Событийный маркетинг.	Определение понятия. Основные цели и задачи событийного маркетинга. Особенности событийного маркетинга. Характеристика основных инструментов событийного маркетинга. Этапы организации событийного маркетинга. Отличие событийного маркетинга на рынках B2B и B2C.
Тема 15. Спонсорство и благотворительность.	Понятие и основные задачи как инструмента маркетинговых коммуникаций. Причины спонсорства. Сферы спонсорства. Основные формы благотворительности.
Тема 16. Личные продажи.	Определение и особенности личных продаж как средства продвижения. Достоинства и недостатки личных продаж как инструмента маркетинговых коммуникаций. Основные этапы процесса личной продажи.
Тема 17. Директ маркетинг.	Определение и особенности директ-маркетинга как средства продвижения. Основные цели директ-маркетинга. Достоинства и недостатки директ маркетинга как инструмента маркетинговых коммуникаций.
Тема 18. Стимулирование сбыта.	Понятия и особенности стимулирования. Основные цели стимулирования. Основные инструменты стимулирования. Основные средства стимулирования международного

	сбыта. Этапы стимулирования сбыта. Процесс разработки бюджета стимулирования продаж
Тема 19. Программы лояльности как инструмент маркетинговых коммуникаций.	Потребительская лояльность: основные определения, типы и модели. Основные классификации программ лояльности. Основные компоненты программы лояльности и процесс ее организации. Основные ошибки при построении программ лояльности.
Тема 20. Мерчандайзинг.	Понятие. Цель, задачи и функции мерчандайзинга. Виды мерчандайзинга. Технологии выкладки товаров в торговом зале. Стандарты мерчандайзинга. Основные ошибки в мерчандайзинге.
Тема 21 Интернет как средство коммуникации с потребителем.	Особенности и свойства Интернет как канала коммуникации с потребителем. Достоинства и недостатки Интернета как инструмента маркетинговых коммуникаций. Роль Интернет-сайта компании в управлении коммуникациями с потребителями. Содержание WEB-сайта. Способы увеличения посещаемости сайта компании. Продвижение на тематических сайтах. Продвижение в социальных сетях, блогах и форумах. Бюджет продвижения в социальных медиа.
Тема 22. Стратегические маркетинговые коммуникации на промышленном рынке и цифровые технологии.	Сущность и особенности стратегических маркетинговых коммуникаций компании на B2B-рынке. Основные средства стратегических маркетинговых коммуникаций и их специфика на деловом рынке. Алгоритм формирования и реализации программы построения стратегических коммуникаций компании на промышленном рынке. Пресс-конференция: сущность, задачи и этапы ее организации. Основные правила проведения пресс-конференций. Особенности общения представителей компании с представителями СМИ в рамках пресс-конференции. Цели и выбор выставки. Виды выставок. План участия в выставках. Подготовка компании к участию в международной выставке.

Наименование дисциплины	Стратегический менеджмент в сфере сервиса
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Тема 1. Необходимость, сущность и содержание стратегического менеджмента.	Сущность стратегического менеджмента, его взаимосвязь со стратегическим маркетингом. Особенности стратегического менеджмента. Этапы стратегического менеджмента. Виды стратегического управления.

Тема 2. Миссия и стратегические цели.	Значение целевого начала в управлении. Формирование видения и миссии фирмы. Стратегические цели. Определение стратегии. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности.
Тема 3. Стратегический анализ внешней и внутренней среды фирмы.	Анализ среды фирмы как важнейший этап стратегического менеджмента. Анализ внешней среды фирмы. Анализ внутренней среды фирмы. Комплексный анализ внешней и внутренней среды. SWOT-анализ. Стратегический управленческий анализ для некоммерческих организаций (НКО).
Тема 4. Стратегии фирм, их сущность и классификация.	Классификация стратегий. Базовые стратегии. Стратегии достижения конкурентных преимуществ. Стратегии поведения в конкурентной среде. Отраслевые стратегии. Портфельные стратегии. Функциональные стратегии.
Тема 5. Подходы к формированию стратегических альтернатив и стратегический выбор.	Разнообразие принципиальных позиций. Понятие и типы стратегических альтернатив. Процесс разработки стратегических альтернатив и стратегического выбора. Факторы формирования вариантов портфелей стратегий. Роль и значение бенчмаркинга. Организационные аспекты процесса разработки стратегических альтернатив. Подходы к формированию стратегических альтернатив.
Тема 6. Стратегическое планирование.	Сущность стратегического планирования. Типология стратегического планирования. Особенности стратегического планирования и его отличительные черты. Процесс стратегического планирования и его этапы. Стратегический план и его структура.
Тема 7. Реализация стратегии и контроль.	Процесс реализации стратегии. Стратегические изменения в организации. Выполнение основных функций управления реализацией стратегии.
Тема 8. Фэсилити-менеджмент в современной экономике	Значение фэсилити-менеджмента в современной экономике. Понятие фэсилити-менеджмента. Основные задачи фэсилити-менеджмента. Фэсилити-управление анализирует потребности - количественные и качественные - в услугах внутри организации, а также изыскивает возможности для оптимальной реализации, удовлетворения этих потребностей путем технического или сервисного обслуживания. Организация деятельности персонала вспомогательных служб. Фэсилити-менеджер - специалист по организации деятельности персонала вспомогательных служб организации - может работать и с персоналом уже имеющихся служб или привлекать на контрактной основе исполнителей из обслуживающих фирм.

	Для эффективного управления инфраструктурой фэсилити-менеджер должен заниматься проектами ее развития - от начальной стадии до стадии их воплощения. Желательно участвовать в проекте застройки участка, обеспечивая оптимальное размещение здания (зданий) и различных сооружений компании. Основные термины, описывающие эксплуатацию объектов инфраструктуры. Ремонт и обслуживание - основные процессы, обеспечивающие непрерывное функционирование объектов инфраструктуры организации.
Тема 9. Франчайзинг в сфере сервиса	Сущность и особенности стратегии франчайзинга. Развитие франчайзинговых договорных отношений и их правовых аспектов обусловили возникновение трех основных видов франчайзинга. Товарный франчайзинг. Производственный франчайзинг. Деловой (лицензионный) франчайзинг. Франчайзинговой формы предпринимательства Сложности при практическом осуществлении стратегии франчайзинга.
Тема 10. Стратегия эмоционального сервиса	Сущность и особенности стратегии эмоционального сервиса. Развитие клиентоориентированности предприятий сервисного обслуживания через эмоциональный сервис. Клиентская зона: ее развитие и регламентация. Сложности при практическом осуществлении стратегии эмоционального сервиса.
Тема 11. Вовлеченность персонала как основная стратегия развития сервисного предприятия	Сущность и особенности стратегии вовлеченности персонала. Персонал как главный клиент компании. Принципы выстраивания вовлеченности персонала. Издержки их структура и управление в процессе формирования процесса вовлеченности персонала. Вовлеченность как главный инструмент против воровства в сервисных компаниях. Сложности при практическом осуществлении стратегии вовлеченности персонала.

Наименование дисциплины	Методы креативного мышления
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Креативные технологии в бизнес-среде	История вопроса. Инновации и креативность. Ключевые инструменты креативного мышления.
Раздел 2. Описание потребительского «опыта и развитие потребителя	Статические и динамические организационные способности. Управление продуктом и управление проектом. Жизненный цикл проекта

	<p>и продукта. Продуктово- и клиентоориентированные подходы к разработке новых товаров и услуг. Основные этапы дизайн мышления. Анализ потребительского поведения с целью выявления проблем, новых потребностей и предпочтений. Принципы потребительской этнографии. Инструменты описания и анализа потребительского поведения. Эмпатическая карта. Социальная сеть потребителя. Профиль потребителя. Временная шкала. Карта предоставления услуги. Сториборд.</p>
<p>Раздел 3. Структуризация потребительских проблем и генерация идей.</p>	<p>Проблема и ее контекст. Определение ключевых несоответствий. Инструменты структуризации проблемы. Описание ключевых несоответствий и их ранжирование. Дедукция, индукция, абдукция. Дивергентное и конвергентное мышление. Интегральное мышление Р.Мартина. Методы стимулирования творческой активности. Методы поиска новых идей. Принципы и подходы ТРИЗ. Игротехника и геймсторминг. Отбор, сортировка и структуризация базовых идей. Формулировка гипотез.</p>
<p>Раздел 4. Разработка и тестирование прототипов. Развитие продукта</p>	<p>Разработка функциональных и элементных моделей. Модели функционирования товаров и услуг. Разработка дизайна. Разработка системы поддерживающего и сопровождающего сервиса. Определение информационного образа продукта. Дизайн нарратива. Тестирование прототипа. Диаграмма Харриса. Дальнейшее развитие продукта. Этические и эстетические проблемы новых товаров и услуг (throw-away society, функционализм). Сравнение различных методик разработки новых товаров и услуг (lean start-up, customer development, running lean, design sprint, system engineering).</p>
<p>Раздел 5. Основные понятия ТРИЗ. Инструменты ТРИЗ</p>	<p>Базовые посылки ТРИЗ. Противоречивость мира. Противоречия как основа развития. ТРИЗ как прикладная диалектика. Сравнение ТРИЗ с другими методами решения задач. Уровни изобретений. Краткая история ТРИЗ. Объект. Система. Принцип эмерджентности. Исчезновение системного эффекта при разрушении системы. Системы материальные и нематериальные. Среда и взаимодействие системы со средой. Среда. Вход/выход. Функции системы. Функциональность системы как ее</p>

	<p>определяющая характеристика. Основной эффект, побочные эффекты, сверхэффект. Открытые и замкнутые системы. Черный ящик. Состав системы. Компоненты. Элементы и подсистемы. Надсистемы. Существенные и несущественные компоненты. Композиция и декомпозиция.</p> <p>Структура системы. Существенные и несущественные связи. Иерархичность. Функции системы: основная и дополнительная. Основной эффект и сверхэффект. Функции полезные и вредные: для человека, для среды, для самой системы.</p> <p>Идеальность системы.</p> <p>Формула для оценки степени идеальности. Применение формулы для определения путей совершенствования системы.</p> <p>Уточнение формулы для эргономических систем.</p> <p>Системы конкурирующие, альтернативные, антисистемы.</p> <p>Виды противоречий в технических системах; административные, техническое, физические.</p> <p>Виды противоречий в организационных системах: административные, организационное, личностное, психологическое.</p> <p>Графическое изображение противоречий («глазки»).</p> <p>Нежелательный эффект. Средство устранения. Инструмент и изделие. Конфликтующая пара.</p> <p>Оперативная зона.</p> <p>Оперативное время.</p> <p>Вещественно-полевые ресурсы. Источники ресурсов: сама система / окружающая среда/другая система. «Копеечные ресурсы».</p> <p>Отходы.</p> <p>Классификация ресурсов.</p> <p>Приёмы разрешения технических противоречий. Перечень приёмов. Классификация приёмов. Таблица выбора приемов.</p> <p>Приемы разрешения физических противоречий.</p>
--	--

Наименование дисциплины	Организация проектной деятельности
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Введение в проектную деятельность.	Рассмотреть основные принципы современной методологии управления проектами. Рассмотреть проект, программу и портфель проектов, как специфические объекты управления, требующие специфических

	<p>управленческих инструментов. Проанализировать особенности различных типов проектов и процессов управления ими. Определение основных участников проекта, их интересов. Анализ различных проектных ролей, зон их ответственности и полномочий в проекте. Вскрыть основные конфликты интересов участников проекта</p>
<p>Раздел 2. Процессы и этапы проектной деятельности.</p>	<p>Декомпозиция процесса управления проектом на группы управленческих процессов. Структуризация управления проектом по функциям управления. Ввести понятие инициации и вскрыть основные практические ошибки менеджера проекта при инициации проекта. Рассмотреть основные проектные документы, относящиеся к инициации проекта. Рассмотреть структуру, назначение и содержание основного проектного документа – Плана проекта. Проанализировать способы определения содержания проекта и инструментарий, доступный менеджеру для решения этой задачи. Изучить понятие стратегического плана по вехам проекта. Анализ специфических черт команды проекта. Выявление и анализ различий между командой проекта и персоналом функционального подразделения. Анализ жизненного цикла проекта. Изучение основ лидерства. Проанализировать причины большого количества рисков в проектах. Рассмотреть динамику количественных и стоимостных показателей рисков проекта в ходе проекта. Рассмотреть доступные менеджеру проекта инструменты управления рисками. Рассмотреть различные виды коммуникаций в проекте. Изучить основные модели документооборота в организации, их достоинства и недостатки. Выявить основные коммуникационные барьеры на проекте. Рассмотреть некоторые элементы управления неформальными коммуникациями. Проанализировать структуру системы контроля. Рассмотреть уровни принятия решения при управлении изменениями. Проанализировать принципы построения эффективной системы отчетности по проекту. Проанализировать основные риски завершающей фазы проекта. Рассмотреть доступный менеджеру проекта инструментарий для эффективного завершения проекта. Выявить особенности управления командой проекта на фазе закрытия проекта.</p>
<p>Раздел 3. Корпоративная специфика управления проектами.</p>	<p>Рассмотрение назначения, структуры и состава корпоративной системы управления проектами.</p>

	Анализ структуры и содержания корпоративной нормативно-регламентной базы по управлению проектами. Знакомство информационными технологиями поддержки управления проектами.
--	---

Наименование дисциплины	Анализ и визуализация данных
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Данные.	Качество данных. Структура и объем данных. Этапы и разновидности анализа данных.
Раздел 2. Структура статистических пакетов.	Импорт и экспорт данных. Общие вопросы выполнения анализа и визуализации данных в статистических пакетах.
Раздел 3. Ключевые методы статистики.	Частные постановки задач классификации и прогноза в различных сферах бизнеса. Факторный анализ. Дискриминантный анализ. Множественная линейная регрессия. Методы кластерного анализа.
Раздел 4. Интерпретация данных.	Проблема отбора наиболее информативных признаков. Интерпретация данных в соответствии с гипотезами и постановкой задач.
Раздел 5. Визуализация данных.	Компьютерные технологии визуализации данных. Методы визуализации данных с помощью электронных таблиц. Создание презентаций. Компьютерная графика.

Наименование дисциплины	Финансы организации и финансовый анализ
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Экономические процессы и основные ресурсы предприятия	Основной капитал. Трудовые ресурсы. Интеллектуальная собственность. Финансовые ресурсы и источники финансирования.
Основы финансового учета	Управленческий учет. Бухгалтерский учет. Налоговый учет. Налоговые системы. Планирование и виды бюджетов
Издержки обращения организации	Цены: понятие, функции и виды цен. Методы ценообразования и ценовая политика предприятия. Себестоимость (понятие, группировка). Затраты на производство и реализацию. Налоговые платежи. Основные направления снижения издержек.

Финансовая отчетность организации	Отчет о прибылях и убытках (ЕВІТА; ЕВТ и прочие). Баланс. Отчет о движении денежных средств. Взаимосвязь финансовых форм.
Оборотный капитал	Структура. Операционный цикл. Финансовый цикл. Показатели деловой активности.
Анализ финансового состояния предприятия	Ликвидность. Платежеспособность. Кредитоспособность. Финансовая устойчивость. Показатели результативности и эффективности. Показатели рентабельности.
Основы оценки инвестиционных проектов. Инвестиционный риск.	Методы финансово-экономической оценки инвестиций. Система основных показателей эффективности реальных инвестиционных проектов.

Наименование дисциплины	Современные технологии проектирования клиентского опыта в сервисе
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Клиентский опыт как инструмент маркетинга. Программа лояльности	
Понятие «клиент». Виды клиентов, рассматриваемые с позиции их лояльности	Понятие «клиент» в маркетинге. Виды клиентов, различающиеся с позиции их лояльности: клиент потенциального типа; клиент являющийся случайным; клиент, рассматриваемый в качестве «просто клиента»; клиент, являющийся постоянным; клиент, рассматриваемый в качестве приверженного. Понятие анализа жизненного цикла клиента
Клиентский опыт: понятие и сущность.	Понятие «клиентский опыт». Сущность клиентского опыта. Клиентский опыт (customer experience, CX) — опыт клиента по взаимодействию с компанией. Точка контакта. Клиентский опыт — как «эффект, вызванный брендом». Клиентский опыт как совокупность впечатлений, реакций, эмоций при встрече клиента с предприятием сервиса в точке контакта. Позитивный и негативный клиентский опыт. Зависимость результатов деятельности предприятий сервиса от клиентского опыта
Лояльность в фокусе клиентского опыта.	Лояльность в фокусе клиентского опыта. Виды лояльности клиентов: перцепционная; комплексная (комбинаторная); лояльность, рассматриваемая как отношение и поведение. Модели поведения клиента к компании: эмоционально-позитивная; индифферентная, оценочно-рациональная. Возможность управления клиентским опытом (Customer Experience, CX). Пирамида лояльности как

	<p>система, в которой классифицируются факторы, относящиеся к лояльности поведенческой и воспринимаемой. Этапы формирования лояльности клиента с помощью «Пирамиды лояльности». Маркетинговые исследования в области управления потребительской лояльностью. Мониторинг лояльности поведенческой. Мониторинг лояльности воспринимаемой (эмоциональной).</p>
<p>Система лояльности клиентов, ее факторы и элементы</p>	<p>Понятие системы лояльности клиентов. Меры для повышения лояльности клиентов: 1) увеличивающие полезность (стоимость) получаемых клиентами определенных групп благ посредством предоставления им компанией преимуществ экономического характера; 2) усиливающие с помощью коммуникации (как формальной, так и неформальной) интенсивность взаимовыгодных контактов компании и клиента, повышающие доверие, и стабилизирующие удовлетворенность. Факторы повышающие лояльность клиентов: 1) материальные, обеспечивающие клиенту существенные выгоды; льготы для покупателей; 2) нематериальные, содействующие развитию у клиента чувства удовлетворенности эмоционального характера от его взаимодействия с компанией, предоставляющей качественное обслуживание и обеспечивающей высокий уровень атмосферомаркетинга. Процедурные и персональные факторы. Финансовые, функциональные и эмоциональные факторы. Элементы системы повышения лояльности клиентов и использование схем ее поощрения в сервисе</p>
<p>Управление клиентским опытом в программе повышения лояльности</p>	<p>Возможности управления клиентским опытом (Customer Experience, CX) в системе повышения лояльности. Элементы системы повышения лояльности клиентов и использование схем ее поощрения в сервисе Управление процессом взаимоотношений с клиентом с помощью базовых способов. Управление процессом создания у клиентов положительных эмоций от получения ими подарков либо преимуществ. Управление процессом взаимоотношений с клиентом с целью формирования его чувства причастности к жизни предприятия сервиса. Управление процессом прямого предоставления клиентам фиксированных скидок по дисконтным картам.</p>
<p>Раздел 2. Проектирование клиентского опыта в программе лояльности предприятия сферы сервиса</p>	

<p>Основы проектирования программы лояльности предприятия сферы сервиса</p>	<p>Программа лояльности как инструмент стратегии компании. Программа повышения лояльности клиентов, стратегия, цель и задачи. Этапы проектирования программы лояльности: 1) маркетинговый анализ и аудит перед запуском программы лояльности на предприятии сервиса; 2) определение места программы в стратегии развития предприятия сервиса, определение целей и задач; 3) выбор способов удержания клиентов; 4) определение общих правил проектного управления программой; 5) создание нормативной базы; 6) создание технологической платформы программы лояльности; 7) маркетинговый анализ, проводимый в целях повышения эффективности программы лояльности; 8) оценка эффективности программы лояльности для клиента; 9) внесение изменений в программу лояльности тестирование программы</p>
<p>Основные технологии и программы поощрения, воздействующие на клиентский опыт.</p>	<p>Основные программы поощрения, воздействующие на поведенческую лояльность клиентов. Программа поощрения бонусная, Программа поощрения коалиционного вида, Программа розыгрыша призов. Создание предприятием сервиса алгоритмов привлечения и удержания клиентов. Использование простой системы баллов. Использование уровневой системы награждения клиентов. Плата клиентами авансов (взносов) за премиум-выгоды. Создание неденежной программы вокруг ценностей клиентов. Партнерство с другой компанией, чтобы обеспечивать предложения типа «Все включено». Превращение программы лояльности в игру. Минималистский подход. Лояльность клиентов в ее взаимосвязи с брендингом. Связь брендов с психологическими аспектами и экономическими выгодами. Инновационные технологии и программы. Customer Relations Management – CRM; CJM (Customer Journey Map); Stakeholders maps; Personas, прототипирование.</p>
<p>Технология Big Data (большие данные)</p>	<p>Сущность технологии Big Data (большие данные). Большие данные и цифровизация данных. Методы аналитики больших данных. Отраслевая специфика аналитики больших данных. Сценарии применения технологий больших данных. Жизненный цикл аналитики данных: получение данных, подготовка данных, планирование модели, построение модели, проверка результатов, внедрение. Формирование озера данных Data Lake. Задачи и техники Data Mining. Классификация и кластеризация.</p>

	<p>Прогнозирование и визуализация. Ассоциативные правила и обнаружение аномалий. Методология CRISP-DM, SEMMA. Инструменты Data Mining. Специфика применения Data Mining в сфере сервиса. Машинное обучение для Data mining. Data mining в социальных сетях. Инструментарий для работы с Big Data Специфика работы с Big Data. Аналитика для неструктурированных данных с использованием Hadoop Назначение и характеристика компонент экосистемы Apache Hadoop для хранения и обработки Big Data (MapReduce, HDFS, YARN, Spark, HBase, Hive, и т.д.). Сравнительный анализ Hadoop дистрибутивов (Аренадата Hadoop, Cloudera, Horton Works, MapR) и инструментарий аналитика данных на примерах использования. Сравнительные характеристики программных и аппаратных решений для реализации решений по Big Data. Облачные платформы (AWS, EMR, Azure) для реализации решений по Big Data. Средства визуализации для аналитики данных. Основные принципы работы с Big Data. Промышленный интернет Вещей (Industrial Internet of Things). Правовое регулирование в области защиты персональных данных. Международная практика в области защиты персональных данных. Права субъекта и обязанности оператора при обработке персональных данных. Виды нарушений безопасности персональных данных. Стандарт GDPR. Формирование команды проекта Big Data. Ключевые роли. Специфика рынка данных и аналитики. Использование подходов Agile и DevOps. Методологии и стандарты. Отличия подходов Business Intelligence и Data Science. Сравнительные характеристики программных и аппаратных решений для реализации решений по Big Data</p>
<p>CRM-система («Customer Relationship Management» Управление отношениями с клиентами)</p>	<p>CRM-система: понятие, субъекты, каналы связи. Классификации CRM-систем. Функции и состав CRM-системы. Основные принципы. Цели внедрения и задачи CRM-системы на предприятии сервиса. Эффективность CRM-системы в сфере сервиса. Доработка и запуск системы на предприятии сервиса. Saas-решение и Standalone. Внедрение CRM и бизнес-процессы предприятия сервиса. Методы работы с бизнес-процессами в CRM. Реализация работы с клиентом в CRM. Коммуникации в CRM: интеграция и другие решения. Виды коммуникаций: встреча (личная и групповая);</p>

	телефония в CRM-системе; электронная почта: варианты работы в CRM; интеграция Email и CRM. Варианты реализации; SMS-сообщения и CRM; Онлайн чат поддержки на сайте; Social CRM как метод коммуникации и сбора интересов. Анкетирование. Интеграция анкетирования с CRM. Отчетность в CRM.
Раздел 3. Трансформация организаций на основе клиентоориентированного подхода	
Service Blueprint и Service Design как технологии трансформации организации, оказывающей услуги клиентам	Эволюция бизнес-модели организации (баланс-ориентированная, продукт-ориентированная, клиент-ориентированная, отношения-ориентированная). Service blueprint – технология проектирования новых сервисных решений. Service design – технология планирования и организации инфраструктуры, материальной компоненты, персонала, внутренних коммуникаций для эффективной реализации новых сервисных решений.

Наименование дисциплины	Управление качеством услуг и обслуживания в сфере сервиса
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Управление качеством услуг	Развитие понятий о качестве. Качество как социально-экономическая категория. Свойства и функции качества. Принципы менеджмента качества продукции. Тотальный риск-менеджмент. Управление качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (услуги) (петля качества). Цикл Деминга (PCDA).
Нормативно-правовая база обеспечения качества услуг	Международные стандарты ИСО, нормативные документы Комиссии Codex Alimentarius и др. Техническое регулирование на федеральном уровне. Разработка проектов новых законов, стандартов и других нормативно-правовых документов. Российская (национальная) система стандартизации. Технические регламенты Таможенного союза. Нормативные документы различных категорий и видов. Государственные (национальные) стандарты.
Критерии, методы, средства и анализ результатов в менеджменте качества продуктов (услуг)	Принципы системы менеджмента качества (СМК). Подход к разработке и внедрению СМК. Сущность процессного и системного подходов при создании СМК. Роль высшего руководства и работников всех уровней. Виды документов СМК и их роль. Анализ системы менеджмента качества со стороны высшего руководства (входные и выходные данные). Аудит (проверка)

	<p>функционирования СМК. Менеджмент человеческих ресурсов и требования к персоналу.</p> <p>Квалиметрическая оценка качества и измерение качества. Классификация методов оценки качества: дифференциальный, комплексный, смешанный.</p>
Сервис-менеджмент	<p>Международный и отечественный опыт сервис-менеджмента. Международные стандарты сервиса. Российский опыт. Разработка медиа-стандартов сервиса. Оценка сервисных услуг. Эмпатия и эмоциональный интеллект</p>
Сервисные стратегии и их экспертно-аналитическая оценка	<p>Принципы системы менеджмента качества (СМК). Подход к разработке и внедрению СМК. Сущность процессного и системного подходов при создании СМК. Роль высшего руководства и работников всех уровней. Виды документов СМК и их роль. Анализ системы менеджмента качества со стороны высшего руководства (входные и выходные данные). Аудит (проверка) функционирования. Экспертно-аналитическая оценка предприятий сферы сервиса</p>
Показатели эффективности систем управления качеством	<p>Принципы определения показателей эффективности. Международный опыт и лучшие российские практики. Контроль и управление показателями эффективности. Управленческие решения, принимаемые на основе анализа динамики показателей эффективности.</p>

Наименование дисциплины	Современные ИТ-системы в менеджменте сервиса
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4 ЗЕ (144 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Digital трансформация профессиональной деятельности	Цифровая трансформация в профессиональной сфере: глобализация, социальные сети, ИТ-интеграторы, др. Анализ данных в индустриях оказания услуг: роль, место, значение. Data и Big Data Analysis в сфере сервиса.
Технологические решения при обеспечении профессиональной сферы	Технологические решения для предоставления услуг в профессиональной сфере. Технология виртуальной реальности в профессиональной сфере. Основные понятия VR-технологий. Применение технологий мультимедиа в сфере сервиса.
Облачные технологии в профессиональной сфере	Основные модели предоставления облачных услуг. Облачные решения в сфере сервиса. Системы взаимоотношений с клиентами. Основные понятия и использование CRM-систем в профессиональной деятельности. Мобильные технологии. Social Media и Mobile Application в сервисе.
Электронная коммерция и кибербезопасность	Электронная коммерция в профессиональной сфере. Создание и функционирование электронного

	магазина. Электронные площадки. Рынок онлайн продажи сервисных услуг. Кибербезопасность информации. Основные угрозы и методы.
Современные информационные системы в организациях. Создание он-лайн эко-платформ.	Современные информационные системы в различных организациях, оказывающих услуги (туризм, финансы, аэропортовая деятельность, др.). Формирование он-лайн эко-платформ как одна из стратегий развития бизнеса.

Наименование дисциплины	Инновационный менеджмент и предпринимательство в сфере сервиса
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Инновационный менеджмент как специфическая форма управленческой деятельности	
Понятие и содержание инновационного менеджмента в сервисе.	Понятие инновационного менеджмента в сервисе. Фазы инновационного процесса в сервисе. Факторы, влияющие на развитие инновационного процесса. Жизненный цикл инновации в сервисе. Новшества, осуществляемые компаниями в сфере сервиса: обновление видов сервисного продукта; поиск новых потребителей; поиск новых путей реализации продукта и выход на новые рынки; внедрение новых информационных технологий в сервисе; совершенствование организационной структуры сервисного предприятия; преобразования-инновации в системе отношений с бизнес-партнёрами; новшества в системе управления персоналом в сервисе; новшества в корпоративной культуре сервисного предприятия; новшества в системе управления рисками.
Процесс разработки программ и проектов нововведений в сервисе.	Понятие и виды инновационных проектов и программ. Логическая структура проекта. Этапы разработки программ нововведений. Работа с персоналом по преодолению сопротивления нововведениям. Роль инноваций в социально-экономическом развитии страны. Виды государственного регулирования инновационной деятельности. Приёмы инновационного менеджмента. Внутрикorporативное предпринимательство. Инжиниринг инноваций. Четыре этапа проекта реинжиниринга бизнеса. Бренд-стратегия инновации. Ценовой прием управления. Структура ценового приема управления инновацией. Франчайзинг.
Раздел 2. Организационно-правовые, управленческие и экономические основы предпринимательства	

Понятие и содержание предпринимательской деятельности в профессиональной сфере сервиса.	Международная предпринимательская среда и национальные модели бизнеса. Национальные модели предпринимательства в условиях глобализации. Формирование управленческой политики сервисного предприятия. Анализ состояния мотивационного механизма и предпринимательского потенциала предпринимательских структур. Внутрикorporативное предпринимательство в индустриях оказания услуг.
Нормативно-правовое регулирование предпринимательской деятельности.	Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в сфере сервиса. Правила государственной регистрации юридических лиц. Реорганизация юридических лиц. Защита прав и интересов юридических лиц. Налоговые и кредитно-финансовые механизмы регулирования предпринимательских отношений в России.
Инструменты реализации предпринимательской идеи и основы бизнес-планирования.	Формирование предпринимательской стратегии в сервисе. Структура и содержание бизнес-плана предпринимателя. Предпринимательские решения в условиях неопределенности и риска. Современная концепция управления стоимостью бизнеса. Понятие рыночной и общественной и общественной стоимости предприятия. Подход на основе активов. Методы учета предпринимательских рисков и прогнозирования денежных потоков предприятия.

Наименование дисциплины	Психологические и физиологические аспекты сервиса
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Личное здоровье и его роль в жизни человека, профессиональной деятельности.	Валеологический анализ здоровья. Методы оценки количества и качества здоровья. Здоровый образ жизни – биологические и социальные аспекты. Резервы основных систем организма. Факторы риска здоровья человека. Социальные болезни.
Психологические аспекты организации профессиональной деятельности.	Социально-психологические типы личности профессионала, осуществляющего деятельность в сфере сервиса (эмоционально-аффективная, ценностно-смысловая сферы). Психология потребителя. Типы личности потребителя. Социально-психологические основы управления взаимодействия с клиентом.
Конфликтология как наука, ее предмет, задачи и социальные функции.	Конфликт как объект изучения конфликтологии. Противоречивость общества и конфликтогенный характер общественных отношений. Социальная роль и функции конфликтологии в обществе.

	Причины конфликтов, их социальная природа и роль в обществе. Структура конфликта и основные стадии его протекания. Внутрличностные конфликты: их причины, разновидности и социальная роль. Социальная природа и характер межличностных конфликтов. Социально-групповые конфликты: причины, виды и социальная роль. Практика урегулирования и разрешения различных видов конфликтов.
Диагностика конфликтных ситуаций в сфере сервиса, пути, способы и средства предотвращения и разрешения конфликтов.	Выявление элементов конфликтной ситуации в их оппозиции. Прояснение взаимосвязей и взаимоотношений субъектов конфликтной ситуации. Диагностика конфликтов в сфере сервиса. Социальные конфликты. Профессиональные конфликты. Конфликты в организации. Управленческие конфликты. Конфликт «профессионал-клиент». Коллегиальные отношения в сфере услуг. Объективные условия и субъективные факторы разрешения конфликтов. Профессионально-личностные требования к работнику сферы сервиса по профилактике и разрешению конфликтов, знание технологий согласования.

Наименование дисциплины	Кросс-культурный менеджмент
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Концептуальные подходы к «Кросс-культурному менеджменту»	Тема 1. Эволюция и основные концепции кросс-культурного менеджмента. Тема 2. Влияние культуры на формирование национального стиля управления
Раздел 2. Управление человеческими ресурсами: кросс-культурный аспект	Тема 3. Подготовка персонала к работе в кросс-культурной среде. Барьеры восприятия «чужой культуры» и кросс-культурная адаптация Тема 4. Командообразование и стимулирование персонала в кросс-культурной среде
Раздел 3. Национальные деловые культуры: практика кросс-культурного взаимодействия	Тема 5. Особенности делового взаимодействия с представителями моноактивных и полиактивных культур Тема 6. Особенности делового взаимодействия с представителями реактивных культур Тема 7. Формирование российской деловой культуры: проблемы и перспективы развития

Наименование дисциплины	Excel
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

Разделы	Темы
Все о вычислениях в Excel	Режимы ввода и правки формул. Использование относительных и абсолютных ссылок – разбираем знак доллара \$. Пользовательские имена ячеек для облегчения написания и чтения формул. Применение различных категорий встроенных функций. Условное форматирование для выборочного, но автоматизированного оформления данных.
Приемы обработки больших таблиц (списков)	Использование «умных» таблиц и автофильтров. Особенности применения сортировки. Работа с общими и промежуточными итогами. Консолидация данных.
Анализ данных с помощью сводных таблиц	Построение сводной таблицы. Оформление сводных таблиц. Работа с отчетом сводной таблицы.
Подготовка к совместной работе	Три инструмента защиты данных. Работа с выпадающими списками.

Наименование дисциплины	Программирование на Python
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Основы языка Python	История создания. Области применения и перспективы. Инструкции и структура программы. Установка Python. Доступ к документации. Ввод и вывод данных. Первая программа на языке Python.
Типы данных и операции	Переменные: именованное присваивание, присваивание значения переменным, удаление переменных. Операторы: математические операторы, двоичные операторы, приоритет выполнения операторов. Типы данных: числовые типы, строки, списки, кортежи, множества, диапазоны, словари. Операторы для работы с последовательностями и отображениями.
Инструкции и синтаксис	Простые и составные инструкции в Python. Условные операторы и циклы. Условные операторы и циклы. Обработка исключений.
Функции, модули и пакеты	Встроенные и пользовательские функции. Итераторы и функции-генераторы. Декораторы функций. Модули. Основы программирования модулей. Модули стандартной библиотеки.
Объектно-ориентированное программирование (ООП)	Объектно-ориентированное программирование. Основы программирования классов. Создание экземпляров класса. Конструктор и деструктор класса. Наследование.

	Композиция. Абстрактные методы классов. Декораторы классов.
Графический интерфейс пользователя	Графический интерфейс пользователя (GUI). Событийно-ориентированное программирование. Инструменты для создания графического интерфейса пользователя: модуль стандартной библиотеки tkinter, фреймворк PyQt.
Доступ к базам данных из Python	Основы SQLite. Доступ к базам данных SQLite из Python. Выполнение запросов, обработка результатов. Управление транзакциями.

Наименование дисциплины	Стандарты гостиничного бизнеса
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Стандартизация как инструмент обеспечения качества услуг в гостиничном бизнесе	
Стандартизация в системе технического регулирования	Техническое регулирование. Правовые основы технического регулирования в Российской Федерации. Федеральный закон «О техническом регулировании». Принципы технического регулирования. Стандартизация. Национальная система стандартизации в Российской Федерации. Законодательство Российской Федерации о стандартизации. Цели, принципы и функции стандартизации. Понятийный аппарат стандартизации. Виды документов по стандартизации. Классификация стандартов. Федеральный информационный фонд стандартов Система стандартизации в сфере туризма и гостеприимства.
Международная и межгосударственная стандартизация. Международные стандарты серии ISO 9000, ХАССП в гостиничном бизнесе	Международное сотрудничество в сфере стандартизации. Основные направления международного и регионального сотрудничества в сфере стандартизации. Международные организации по стандартизации. Международные договоры и меморандумы о взаимопонимании в сфере стандартизации. Межгосударственные стандарты в России. Международные стандарты качества серии ISO 9000: ISO 9000 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь; ISO 9001 Системы менеджмента качества. Требования; ISO 9004 Системы менеджмента качества. Руководящие указания по улучшению

	<p>деятельности. ISO 22000:2005. ISO 22000:2007; ISO/TS 22002-2:2013</p> <p>ХАССП и использование их в гостиничном и ресторанном сервисе. Требования ХАССП на пищевых предприятиях. Внедрение принципов ХАССП. ГОСТ Р 51705.1:2001. ISO 22000:2005, что соответствует ГОСТ Р ИСО 22000:2007 либо FSSC 22000 (комплекс норм ISO 22000:2005 и спецификации ISO/TS 22002-2:2013).</p>
Национальные стандарты в гостиничном бизнесе	<p>Федеральный закон «О стандартизации в Российской Федерации». Национальные системы стандартизации. Национальные стандарты. Категории и основные виды стандартов в России. Гармонизация национальной системы стандартизации с международными нормативными документами. Особенности применения национальных стандартов в сфере туризма и гостеприимства России.</p>
Стандарты организаций и технические условия	<p>Понятие стандарта организации. Цели и задачи стандартов организации. Концепция организации и стандарты. Организационная структура предприятия и виды стандартов. Общие стандарты организации. Стандарты отделов и служб организации. Отдельные виды стандартов организации. Стандарты качества обслуживания как критерии, необходимые для обеспечения результативности системы менеджмента качества организации. Совокупность процедур и операций, выполняемых персоналом и способствующих максимальному удовлетворению потребителей в стандартах качества обслуживания организации. Порядок разработки, утверждения, учета, изменения, отмены и применения стандартов организаций и технических условий. Экспертиза стандартов организации. Технический комитет по стандартизации. Проектный технический комитет по стандартизации. Технические условия ТУ), Особенности применения ТУ в соответствии с условиями, установленными в договорах (контрактах).</p>
Нормативно-правовое и документационное обеспечение разработки и внедрения стандартов в гостиничном бизнесе	<p>Правовые основы стандартизации в Российской Федерации. Функции национального органа по стандартизации России (Росстандарта). Участники работ по стандартизации. Классификация документов по стандартизации. Документы национальной системы стандартизации. Общероссийские классификаторы. Стандарты организаций, в том числе технические условия; Своды правил. Документы по стандартизации, которые</p>

	<p>устанавливают обязательные требования в отношении объектов стандартизации. Технические регламенты.</p> <p>Основополагающие национальные стандарты и правила стандартизации. Национальные стандарты и предварительные национальные стандарты. Рекомендации по стандартизации. Информационно-технические справочники. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг – ОКДП. Общероссийский классификатор услуг населению.</p> <p>Общие правила применения документов национальной системы стандартизации. Применение ссылок на национальные стандарты и информационно-технические справочники в нормативных правовых актах</p> <p>Информационное обеспечение национальной системы стандартизации.</p> <p>Документационное оформление стандартов организации. Правила разработки, утверждения и применения стандартов организации.</p>
<p>Стандартизация бизнес-процессов в гостинице</p>	<p>Принципы стандартизации бизнес-процессов в гостинице. Структура системы стандартизации бизнес-процессов в гостинице. Цель и задачи системы. Уровни стандартизации бизнес-процессов в гостинице. Комплекс мероприятий по стандартизации бизнес-процессов. Методы, инструменты и ресурсы, обеспечивающие разработку, ввод в действие, контроль исполнения, поддержание в актуальном состоянии, совершенствование, оценку эффекта для бизнеса и своевременную отмену стандартов организации.</p> <p>Характеристика цикла обслуживания гостя в зависимости от категоричности гостиницы.</p> <p>Видимые гостю бизнес-процессы и их особенности.</p> <p>Невидимые гостю бизнес-процессы.</p> <p>Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры службы приема и размещения.</p> <p>Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры административно-хозяйственной службы.</p> <p>Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры службы питания.</p> <p>Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры службы управления персоналом.</p> <p>Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры ИТ службы.</p> <p>Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры инженерной службы.</p>

	Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры службы безопасности.
Раздел 2. Стандарты качества гостиничного предприятия	
Основы разработки стандартов в гостиничном бизнесе	<p>Принципы разработки стандартов в гостиничном бизнесе. Принципы гостеприимства.</p> <p>Виды стандартов гостиницы. Стандарты управления. Стандарты оказания гостиничных услуг. Качество услуг как фактор разработки стандартов организации. Характеристика качества услуг. Лестница ожиданий гостя. Модели уровней качества обслуживания. Роль стандартов в обеспечении качества. Анкеты гостей. Методы и способы оценки качества гостиничных услуг. Таинственный гость. Специфические виды guest relations. Разработка чек-листов.</p> <p>Особенности разработки стандартов для различных сегментов.</p> <p>Применение метода диаграммного проектирования в разработке стандартов.</p> <p>Применение «методы точек соприкосновения» / «моментов истины» при разработке стандартов.</p> <p>Применения «метода потребительского сценария» при разработке стандартов.</p> <p>Применение «метода реинжиниринга» при разработке стандартов.</p> <p>Применение метода «фотография рабочего дня» при разработке стандартов.</p> <p>«Применение метода нормирования при разработке стандартов.</p> <p>Внедрение стандартов в гостинице. Обучение сотрудников.</p>
Стандарты гостеприимства для всех служб гостиницы	<p>Общие стандарты для всех служб гостиниц и иных средств размещения. Стандарт содержания деятельности и политики предприятия. Стандарты этикета. Стандарты лояльности и специальных программ. Стандарт внешнего вида сотрудников.</p> <p>Содержание отдельных стандартов обслуживания для всех служб гостиниц и иных средств размещения.</p> <p>Приветствие и прощание с гостем. Неформальная беседа с гостем. Манеры общения в гостеприимстве. Работа с жалобами и претензиями гостя. Обоснованные и необоснованные; поправимые и непоправимые. Стандарт «Работа с жалобами гостя». Основы телефонного этикета. Переписка при общении с гостем. Стратегии и методы решения конфликтных ситуаций с гостем. Обслуживание инвалидов и особенных гостей.</p>

	Анализ корпоративных правил ведущих гостиничных предприятий «Hilton», «MARRIOTT», др.
Стандарты безопасности	<p>Система безопасности в гостинице. Стандарты обеспечения безопасности в гостинице.</p> <p>Обеспечение пожарной безопасности в гостинице. Основные требования по содержанию зданий и помещений в соответствии с Правилами обеспечения пожарной безопасности в отеле. Требования по содержанию путей эвакуации. Порядок действий сотрудников при пожаре. Правила пожарной безопасности для гостей, проживающих в отеле.</p> <p>Обеспечение антитеррористической безопасности в гостинице. Обеспечение безопасности гостей и сотрудников. Запрет курения табака в гостинице и на территории.</p> <p>Действия персонала в случае обнаружения подозрительных предметов и подозрительных лиц.</p> <p>Стандарты безопасности службы приема и размещения. Стандарты безопасности службы гостиничного хозяйства.</p> <p>Действия при выявлении фактов нарушения общественного порядка в гостинице со стороны гостя. Действия сотрудников по обеспечению безопасности гостей в случае возникновения экстремальной или чрезвычайной ситуации.</p> <p>Обеспечение охраны труда сотрудников в гостинице.</p>
Основные стандартные операционные процедуры стандартов службы управления персонала	<p>Основные стандартные операционные процедуры службы управления персоналом. Технологии стандартных операционных процедур службы управления персоналом в соответствии с бизнес-процессами гостиницы.</p> <p>Положение о персонале гостиничного предприятия. Требования к персоналу гостиничного предприятия. Описание должностей. Профессиональные стандарты, должностные инструкции и стандарты обслуживания: общее и особенное.</p> <p>Стандарты процесса поиска и отбора персонала. Оценка резюме. Стандарт приема на работу</p> <p>Правила внутреннего трудового распорядка. Графики и табеля учета. Заработная плата, компенсации и премии. Адаптация сотрудников гостиничного предприятия</p> <p>Стандарты мотивации сотрудников. Развитие и обучение сотрудников. Оценка и контроль деятельности. Развитие компетенций гостеприимства у персонала</p>

<p>Основные стандартные операционные процедуры стандартов службы приема и размещения</p>	<p>Структура и содержание стандартов разных видов в области приема и размещения. Технологии работы службы стандартных операционных процедур службы приема и размещения в соответствии с бизнес-процессами: открытие смены, принятия письменных сообщений, бронирования номеров, заселения и выселения гостя, работы с гостевыми предпочтениями, оплаты услуг и кассовой дисциплине, подачи заявок в тех. службу, передачи информации, подачи уведомлений в МВД, регистрации гостей, приветствия, выдачи ключей гостям, порядка прохода посетителей, действий в случае отказа от оплаты, действий в случае потери гостем дисконтной карты (карты лояльности и т.д.).</p>
<p>Основные стандартные операционные процедуры службы гостиничного хозяйства</p>	<p>Структура и содержание стандартов в области гостиничного хозяйства. Технология операционных процедур службы гостиничного хозяйства в соответствии с бизнес-процессами: стандарты чистоты, стандарт комплектации номера, стандарт комплектации тележки горничной, стандарт поведения горничных и отношения к гостям, стандарт работы с найденными вещами, стандарт уборки гостиничного номера, стандарт уборки общественных зон, стандарт уборки офисных помещений; случаи причинения ущерба; стандарт проверки качества готовности гостиничного номера. Разработка чек-листов качества обслуживания для административно-хозяйственной службы. Чек-лист проверки качества готовности номера к заселению гостя. Чек лист проверки качества уборки гостевых зон.</p>
<p>Основные стандартные операционные процедуры службы питания</p>	<p>Структура и содержание стандартов разных видов в области услуг общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия. Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания. ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования». ГОСТ 30390-2013 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия (Переиздание)». ГОСТ Р 54609-2011 «Услуги общественного питания. Номенклатура показателей качества продукции общественного питания (Переиздание)».</p>

	<p>Технология работы службы стандартных операционных процедур службы питания в соответствии с бизнес-процессами: роль стандартов работы службы питания, стандарты оформления и поддержания атмосферы в зале, стандарты сервировки столов, стандарты встречи и рассадки гостей, стандарты подачи блюд и напитков, стандарты «шведского стола», стандарты уборки столов, советы и рекомендации гостям, стандарты прощания с гостем.</p> <p>Чек-лист проверки качества обслуживания в ресторане гостиницы.</p>
<p>Основные стандартные операционные процедуры взаимодействия между службами</p>	<p>Основные стандартные операционные процедуры взаимодействия между службами. Технология стандартных операционных процедур взаимодействия между службами в соответствии с бизнес-процессами гостиницы. Стандарты взаимодействия между службами гостиницы: функции и значение. Содержание Стандарта. Общие положения. Описания процессов. Ответственность. Контроль. Особенности подготовки и внедрения Стандарта взаимодействия между службами гостиницы. Ответственность и контроль за исполнением Стандарта.</p> <p>Взаимодействие между службами во время проживания гостя. Взаимодействие между службами при проведении, конференций, банкетов и других мероприятий.</p>


Наименование дисциплины	Введение в операционный менеджмент
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Объект и предмет изучения, цели и задачи управления производством и операциями	Понятия «производство», «операция», «операционная деятельность». 5Р операционной деятельности. Краткая история исследований производства.
Система управления операциями	Особенности управления операциями в сфере услуг. Принципиальная схема системы управления производством/операциями. Основные элементы системы управления операциями, их взаимосвязь. Объект и субъект управления (управляемая и управляющая подсистемы). Цели и задачи операционного менеджмента. Функции операционного менеджмента, их взаимосвязь. Структура управления.
Календарное планирование в операционном менеджменте	Сущность, задачи и методы календарного планирования операций. Особенности

	календарного планирования операций при производстве услуг. Оперативное управление операциями на основе специализированных систем.
Подходы к разработке нового продукта	Альтернативный выбор процессов и оборудования. Проектирование производственного потока. Проектирование и производство глобального продукта. Глобальные совместные предприятия. Стратегия проектирования глобального продукта. Критерии совершенства процесса создания продукта Инструменты и технологии управления разработкой проектов новых продуктов на уровне компании.
Особенности операций в сфере услуг	Сущность услуг. Проектирование сервисных организаций. Сервисная стратегия: направленность и преимущества. Структуризация сервисных контактов: сервис-системная матрица. Стратегическое назначение матрицы.
Теория очередей в обеспечении эффективности выполнения операций	Входящий поток заявок клиентов. Выход из системы. Модели очередей. Компьютерное моделирование очередей.
Операционные технологии	Интегрированные производственные системы. Информационные технологии в сфере услуг. Системы распознавания образов. Системы принятия решений и экспертные системы. Сетевые компьютерные системы.
Операционная программа	Система операционных программ и заданий организации. Элементы графика. Виды работ. Состав незавершенных объектов организации.
Управление запасами	Системы с фиксированным временем поставки. Системы циклических заказов. Выбор системы управления запасами. Функции запасов.
Управление продажами	Модель продаж.
Управление трудовым процессом в операционном менеджменте	Многопрофильность умений. Индивидуализация рабочих заданий. Физиологические аспекты в управлении трудовым процессом.
Эффективность операционного менеджмента	Оценка эффективности менеджмента. Системный взгляд на производительность.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Профессор, д.э.н.

Должность, БУП


Подпись

Е.С. Богомолова

Фамилия И.О.