

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Институт экономики, управления и сервиса

Кафедра управления, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института



Е. Ю. Меркулова

«23» июня 2023 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.В.2 Менеджмент и маркетинг в сфере жилищно-коммунального хозяйства

Направление подготовки/специальность: 43.04.01 - Сервис

Профиль/направленность/специализация: Технологии сервиса в ЖКХ

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2023

Тамбов, 2023

**Авторы программы:**

Кандидат экономических наук, доцент Кондраков Игорь Викторович

Кандидат экономических наук, доцент Шевяков Александр Юрьевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.01 - Сервис (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 518).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры управления, сервиса и туризма «14» июня 2023 г. Протокол № 10

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «23» июня 2023 г. № 12.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистратуры.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	21
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	22
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	23

## 1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способен организовывать работы по обеспечению проведения капитального ремонта объектов

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- организационно-управленческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр. (в сфере оказания услуг и сервисного обслуживания))

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-2 Способен организовывать работы по обеспечению проведения капитального ремонта объектов	Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) сферы сервиса и проводит выбор научных концепций, методов исследования в жилищно-коммунальном комплексе

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-2 Способен организовывать работы по обеспечению проведения капитального ремонта объектов

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очная (семестр)	
		2	3
1	Анализ поведения потребителей на рынке услуг		+
2	Методы принятия управленческих решений в сфере жилищно-коммунального хозяйства		+
3	Организационно-управленческая практика		+

4	Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке жилищно-коммунального хозяйства	+	
---	--	---	--

## 2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере жилищно-коммунального хозяйства» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 43.04.01 - Сервис.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере жилищно-коммунального хозяйства» изучается в 1 семестре.

## 3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>108</b>
Контактная работа	32
Лекции (Лекции)	16
Практические (Практ. раб.)	16
Самостоятельная работа (СР)	76
Зачет	-

## 3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
1 семестр					
1	Особенности рынка услуг	1	2	4	Реферат; Собеседование
2	Внутренний менеджмент предприятия	1	1	4	Подготовка устных выступлений; Опрос
3	Эволюция менеджмента	2	1	6	Опрос; Собеседование
4	Функции и принципы менеджмента	2	1	6	Опрос; Собеседование
5	Система методов менеджмента	1	2	8	Собеседование; Тестирование
6	Содержание и направления маркетингового исследования	2	1	8	Опрос; Собеседование

7	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга сервисных услуг	1	2	8	Собеседование
8	Исследование среды маркетинга сервисного предприятия	2	1	8	Опрос
9	Маркетинговые исследования рынка	1	2	8	Собеседование
10	Сегментирование рынка услуг	2	1	8	Опрос; Собеседование
11	Сбытовая политика сервисного предприятия	1	2	8	Тестирование

### Тема 1. Особенности рынка услуг (ПК-2)

#### Лекция.

Предпосылки возникновения Российского рынка услуг. Услуга как объект рынка. Субъекты рынка и схема их взаимодействия. Состояние российского рынка услуг. Понятие и сущность менеджмента. Особенности общего управления предприятием сферы сервиса и туризма. Характеристика общих функций менеджмента.

#### Практическое занятие.

1. Понятие и классификация методов менеджмента.
2. Регламентирующие методы управления.
3. Особенности европейского менеджмента.

#### Задания для самостоятельной работы.

Подготовьте ответы на следующие вопросы:

1. Особенности характерные для услуги.
2. Основные и дополнительные услуги на предприятиях сервиса.
3. Раскройте понятие "пакет услуг".
4. Приведите примеры субъектов, действующих на Тамбовском рынке.

### Тема 2. Внутренний менеджмент предприятия (ПК-2)

#### Лекция.

Виды организационных структур туристских фирм. Корпоративная культура компании. Основная стратегическая ориентация внутренних подразделений предприятия в зависимости от основного вида деятельности. Основные функции внутрифирменного менеджмента (организация, координация, регулирование, активизация, стимулирование, контроль). Психологические и социальные особенности деятельности персонала.

#### Практическое занятие.

1. Система целей организации. Дерево целей.
2. Внешняя среда менеджмента.

#### Задания для самостоятельной работы.

1. Характеристика основных типов организационных структур предприятия социокультурной сферы.
2. Качества и умения идеального типа личности менеджера.

### Тема 3. Эволюция менеджмента (ПК-2)

#### Лекция.

Научные школы менеджмента. Этапы развития менеджмента: основные подходы, принципы управления, ключевые проблемы. Основные понятия и управленческие категории. Основные этапы развития менеджмента.

#### Практическое занятие.

Рыночная экономика и менеджмент: понятия, сущность и функции менеджмента, опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России.

Развитие менеджмента в России. Особенности туризма и сферы услуг как объекта управления

#### Задания для самостоятельной работы.

Подготовьте ответы на вопросы:

1. Сравните мотивы путешествия в древние времена, в индустриальный период и на современном этапе
2. Какие есть исторические и социально-экономические предпосылки выделения менеджмента в область человеческой деятельности?
3. Какие есть исторические и социально-экономические предпосылки выделения туризма в отрасль человеческой деятельности?
4. Охарактеризуйте периодизацию управленческой деятельности.
5. Охарактеризуйте периодизацию управленческой научной мысли

### Тема 4. Функции и принципы менеджмента (ПК-2)

#### Лекция.

Функция планирования в менеджменте. Функция организации в менеджменте. Понятие принцип в менеджменте. Классификация принципов в менеджменте. Принципы менеджмента по Ф. Тейлору. Принципы менеджмента по А. Файолю. Принципы управления по Г. Кунцу.

#### Практическое занятие.

1. Функциональная структура предприятия сферы сервиса.
2. Содержательные теории мотивации.
3. Элементы системы мотивации труда.

#### Задания для самостоятельной работы.

Подготовьте ответы на следующие вопросы:

1. В чем заключается сущность основных функций менеджмента?
2. В чем смысл альтернативного подхода к выделению функций менеджмента?
3. Объясните и проиллюстрируйте взаимосвязь функций менеджмента.
4. Выделите особенности разработки управленческого решения.

### Тема 5. Система методов менеджмента (ПК-2)

#### Лекция.

Сущность методов менеджмента в туризме. Организационно-административные методы. Экономические методы. Социально-психологические. Модель современного менеджера: критерии-требования к современному менеджеру. Понятие власти и её основы. Баланс власти. Формы воздействия руководителей на подчиненных. Специфика влияния: эмоциональное и рассудочное влияние. Способы положительного влияния.

#### Практическое занятие.

1. Лидерство и авторитет менеджера.
2. Классификация стилей управления.

#### Задания для самостоятельной работы.

Подготовьте вопросы:

1. Раскройте сущность методов управления.
2. Как оказывается системность методов управления?

### 3. Комплексный подход к управлению.

## **Тема 6. Содержание и направления маркетингового исследования (ПК-2)**

### **Лекция.**

Понятие и структура маркетингового исследования. Система маркетинговой информации туристского предприятия. Основное назначение маркетингового исследования на рынке туристских услуг. Основные цели и задачи маркетингового исследования. Формы проведения маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования.

### **Практическое занятие.**

1. Маркетинговые исследования. Задачи маркетингового исследования.
2. Главные принципы проведения маркетинговых исследований.
3. Этапы маркетингового исследования.
4. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации. Методы экспертных оценок: анкетирование и интервьюирование; мозговой штурм; дискуссия; совещание; оперативная игра; сценарий.
5. Опрос экспертов. Задачи, опроса: качественная или количественная оценка обозначенных объектов; формирование новых объектов; оценка новых объектов. При совместной экспертизе применяются следующие виды опроса: дискуссия, анкетирование и интервьюирование, метод коллективной генерации идей, или мозговой штурм.
6. Анкетирование как наиболее распространенный тип опроса.
7. Метод фокус-групп в маркетинговых исследованиях.
8. Система анализа маркетинговой информации.
9. Статистический, регрессионный анализ; вариационный; дискриминантный; факторный; кластерный; многомерное шкалирование. Банк моделей.

### **Задания для самостоятельной работы.**

Подготовьте вопросы:

1. Сущность и направление маркетинговых исследований.
2. Методологические основы маркетинговых исследований.
3. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации.
4. Метод фокус-групп в маркетинговых исследованиях.
5. Система анализа маркетинговой информации.

## **Тема 7. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга сервисных услуг (ПК-2)**

### **Лекция.**

Сущность понятия маркетинг. Этапы становления маркетинга как науки. Концепции маркетинга. Базовые понятия маркетинга. Функции маркетинга. Виды маркетинга. Специфика рынка услуг. Особенности маркетинга.

### **Практическое занятие.**

1. Современные тенденции развития маркетинга
2. Уровни координации маркетинга.
3. Туристское предприятие-основное звено реализации концепции маркетинга.
4. Классификация видов сервисных услуг.

### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Современные тенденции развития маркетинга сервисных предприятий.
2. Конкуренция, принцип приоритетности потребителя.
3. Система понятий «потребность – желание – спрос – товар».
4. Маркетинг как социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний людей.



5 Маркетинг как деятельность по продвижению товаров и услуг от производителя к потребителю. Пассивный маркетинг (спрос превышает предложение), организационный маркетинг на основе сбытовой концепции продаж, активный маркетинг (выявление спроса и его оперативное удовлетворение).

6.Маркетинг и рынок.

## **Тема 8. Исследование среды маркетинга сервисного предприятия (ПК-2)**

### **Лекция.**

Понятие маркетинговая среда фирмы. Содержание внутренней и внешней среды маркетинга. Структура микро и макро среды маркетинга. Основные факторы внешней микро среды. Основные факторы внешней макро среды.

### **Практическое занятие.**

- 1 Роль и место микросреды в работе турпредприятия с окружением: маркетинговыми посредниками; контактными аудиториями, клиентами, конкурентами, поставщиками.
- 2 Внешняя среда (макросреда).
3. Роль демографических факторов и урбанизации в макросреде.
4. Экономические, социально - культурные, политико-правовые факторы в макросреде. Поставщики.
5. Маркетинговые посредники.

Контактные аудитории. Главные контактные аудитории, турпредприятия: финансовая среда (банки, финансовые, страховые компании, инвестиционные фонды и другие финансово-кредитные учреждения); СМИ (пресса, радио, телевидение, интернет); общественность (союзы потребителей, социальные объединения, жители, не являющиеся организованной массой, например обитатели курортной зоны); сотрудники фирмы, от мнения которых о деятельности своего предприятия зависит их отношение к работе.

### **Задания для самостоятельной работы.**

Подготовьте ответы на вопросы:

1. Понятие среды маркетинга.
2. Анализ внутренней среды.
3. Изучение внешней среды.

## **Тема 9. Маркетинговые исследования рынка (ПК-2)**

### **Лекция.**

Подходы к понятию «рынок». Содержание рынка туризма. Признаки охвата туристического рынка. Типы рынков. Основная цель изучения ёмкости и конъюнктуры рынка. Маркетинговое понимание товара и услуги. Характеристики услуги. Классификации услуг. Уровни товара. Концепция ЖЦТ. Ассортиментная политика. Этапы создания нового товара. Марочная политика. Основные товарные стратегии

### **Практическое занятие.**

- 1 Позиционирование: формы, критерии позиционирования (физические атрибуты; тип сервиса; персонал место расположения; имидж).
- 2 Простые основанные на физических свойствах атрибуты. Сложные основанные на физических свойствах атрибуты.
- 3 Абстрактные атрибуты. Значительность атрибутов и их субъективное восприятие изменяется в зависимости от людей и классов товаров.
- 4 Три этапа процесса позиционирования: нахождение совокупности потенциальных конкурентных преимуществ; выбор конкурентных преимуществ и оповещения о них клиентов; продвижения выбранной позиции на избранный целевой рынок.
5. Жизненный цикл услуги. Суть теории жизненного цикла товаров и услуг.

### **Задания для самостоятельной работы.**

Подготовьте ответы на вопросы:

1. Структура услуги.

2. Позиционирование услуги.
3. Жизненный цикл услуги.

## **Тема 10. Сегментирование рынка услуг (ПК-2)**

### **Лекция.**

Сущность сегментирования рынка. Основная цель сегментирования. Критерии сегментирования. Признаки и критерии сегментирования рынка. Виды целевого маркетинга в зависимости от сегментирования рынка.

### **Практическое занятие.**

1. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка.
2. Признаки сегментации и основные сегменты рынка.
3. Выбор целевого рынка.

### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Сегментирование — маркетинговая деятельность, направленная на правильный выбор целевого рынка.
2. Целевые рынки четырех уровней: сегменты, ниши, регионы, индивиды.
3. Признаки сегментации и основные сегменты рынка
4. Признак как метод выделения конкретного сегмента на рынке.
5. Выбор целевого рынка Предпочтение одного или нескольких целевых сегментов рынка.

## **Тема 11. Сбытовая политика сервисного предприятия (ПК-2)**

### **Лекция.**

Содержание товародвижения. Роль сбытовой политики. Каналы сбыта и их характеристики. Стратегии сбытовой политики. Виды систем сбыта. Система распределения в маркетинге. Цена в маркетинге. Процесс ценообразования. Факторы ценообразования. Методы ценообразования. Стратегии ценообразования. Ценовое стимулирование сбыта.

Практические занятия.

### **Практическое занятие.**

1. Организация маркетинговой деятельности.
2. Основные типы организационных структур.
3. Система маркетингового контроля. Виды контроля маркетинговой деятельности.

### **Задания для самостоятельной работы.**

Подготовьте ответы на вопросы:

1. Дайте характеристику двум основным типам рыночных каналов продвижения услуг.
2. Функции канала распределения.
3. Что понимают под уровнем канала сбыта услуг?
4. то понимается под шириной канала сбыта? Какие способы используются для определения числа участников в канале сбыта?
5. Опишите возможные типы вертикальных маркетинговых систем.
6. Какова роль сбыта в маркетинговой деятельности сервисного предприятия?

## **4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства**

### **4.1. Распределение баллов:**

1 семестр

- текущий контроль — 80 баллов
- контрольные срезы — 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы — 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Особенности рынка услуг	Реферат	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
2.	Внутренний менеджмент предприятия	Подготовка устных выступлений	5	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.

3.	Эволюция менеджмента	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
4.	Функции и принципы менеджмента	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
5.	Система методов менеджмента	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Тестирование(контрольный срез)	10	10 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета. 8 баллов – студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов. 6 баллов – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок

6.	Содержание и направления маркетингового исследования	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
7.	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга сервисных услуг	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
8.	Исследование среды маркетинга сервисного предприятия	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность испол
9.	Маркетинговые исследования рынка	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
10.	Сегментирование рынка услуг	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность испол
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

11.	Сбытовая политика сервисного предприятия	Тестирование(контрольный срез)	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1 балл - менее 25% правильных ответов баллов не дает
12.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции
13.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		20	Получение дополнительных баллов не предусмотрено. На экзамене студент может набрать баллы за выполнение заданий, предусмотренных курсом
14.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

## 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

### Опрос

#### Тема 2. Внутренний менеджмент предприятия

1. Какие главные особенности характерны для услуги?
3. Что такое основные и дополнительные услуги? В чем их различие?
4. Дайте определение понятия «пакет услуг».
5. Что такое функции менеджмента?

### Подготовка устных выступлений

#### Тема 2. Внутренний менеджмент предприятия

1. Миссия и цели организации индустрии туризма.
2. Внутренняя среда организации индустрии туризма и ее элементы.
3. Внешняя среда организации индустрии туризма: характеристики и элементы.
4. Планирование как функция менеджмента организации индустрии туризма. Этапы планирования.
5. Организация как функция менеджмента организации индустрии туризма.
6. Делегирование: ответственность и полномочия.
7. Организационная структура предприятия индустрии сервиса: сущность и этапы построения.
8. Бюрократическая организационная структура: характеристика, преимущества и недостатки.

## Реферат

### Тема 1. Особенности рынка услуг

1. Школа научного управления, представители, вклад.
2. Классическая школа, представители, вклад.
3. Школа человеческих отношений, представители, вклад.
4. Поведенческая школа, представители, вклад.
5. Количественный подход к менеджменту.
6. Процессный подход к менеджменту.
7. Системный подход к менеджменту.
8. Ситуационный подход к менеджменту.
9. Организация: подходы к определению, виды, характеристики.
10. Миссия и цели организации индустрии туризма.
11. Внутренняя среда организации индустрии туризма и ее элементы.
12. Внешняя среда организации индустрии туризма: характеристики и элементы.

## Собеседование

### Тема 1. Особенности рынка услуг

1. Составляющие рынка услуг.
2. Услуга как объект рынка услуг.
3. Процесс взаимодействия объектов и субъектов рынка услуг.
4. Современное состояние российского рынка услуг.

### Тема 5. Система методов менеджмента

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

## Тестирование

### Тема 5. Система методов менеджмента

1. Содержанию какого понятия соответствует следующее определение - процесс целенаправленного воздействия на объект - это?
  - 1.1. Менеджмент
  - 1.2. Управление
  - 1.3. Функция менеджмента
2. Содержание какого понятия отражает следующее определение - особый вид деятельности, который позволяет объединить усилия работников организации по достижению общей цели - это?
  1. Менеджмент
  2. Управление
  3. Функция менеджмента
3. Содержание какого понятия отражает следующее определение - совокупность приемов методов и средств осуществления управления - это?
  - 2.1. Менеджмент
  - 2.2. Управление

### 2.3. Функция менеджмента

3. Содержание какого понятия отражает следующее определение - вид управленческой деятельности, который характеризуется однородностью целей, действий или объектов их приложения - это?

3.1. Менеджмент

3.2. Функция менеджмента

3.3. Метод менеджмента

4. Какому понятию соответствует следующее определение - способ воздействия на объект управления - это?

4.1. Менеджмент

4.2. Функция менеджмента

4.3. Метод менеджмента

### Тема 11. Сбытовая политика сервисного предприятия

1. Какие из перечисленных ниже фамилий западных ученых Вы знаете:

а) Ф.Тейлор.

б) Г.Эмерсон.

в) А.Файоль.

г) М.Фоллет.

д) Ф.Гарцберг.

е) М.Грегор.

и) нет верного ответа

2. Какие из перечисленных ниже фамилий отечественных ученых Вы знаете:

а) А.Богданов.

б) А.Берг.

в) А.Гастев.

г) П.Керженцев.

д) нет верного ответа

3. К основным (общим) функциям менеджмента относятся:

а) Планирование, организация, мотивация, контроль, координация.

б) Планирование, управление, маркетинг, контроль.



в) Планирование, организация, маркетинг, контроль, мотивация, управление персоналом.

4. Какой подход к управлению Вы считаете наиболее современным:

а) Ситуационный.

б) Процессный.

в) Системный.

г) Количественный.

5. К современным научным подходам к управлению не относится:

а) Содержательная концепция

б) Ситуационная концепция

в) Системная концепция

г) Процессная концепция

5. В рамках какой школы менеджмента организация начала рассматриваться как определенная социальная система:

а) Школа человеческих отношений

б) Школа научного направления

в) Классическая школа

г) Количественная школа

6. В число 12-ти основных принципов производительности, разработанных Г. Эмерсоном, входят:

а) Здравый смысл, требующий признания ошибок и поиска их причин

б) Письменные стандартные инструкции

в) Исходный пункт управления – отчетливо поставленные цели

г) Вознаграждение за производительность

д) Справедливое для всех вознаграждение

е) Неотделимость власти от ответственности

и) Разумная специализация, ослабляющаяся с увеличением масштаба предприятия

к) Корпоративный дух, т.е. общность интересов работников и коллективизм в труде

7. Кем были сформулированы пять основных функций менеджмента:

а) А. Файолем

б) Ф. Тейлором

в) Г. Эмерсоном

г) Ф. Котлером

8. Вставьте пропущенные слова в определении:

Менеджмент – это \_\_\_\_\_ хозяйственной деятельностью в условиях рыночной экономики ради достижения высокой \_\_\_\_\_ производства, лучшего использования ресурсного потенциала предприятия, обеспечивающего его устойчивое положение в соревновании с \_\_\_\_\_.

а) управление

б) эффективности

в) конкурентами

г) распоряжение

д) производительности

е) потребителями

д) конкуренции

9. Туристические предприятия сферы вторичных услуг – это:

а) Предприятия, получающие доходы не только от туристической деятельности

б) Предприятия, существующие только за счет туризма, и занимающиеся непосредственным обслуживанием туристов

в) Предприятия, занимающиеся только встречей и размещением туристов за рубежом

10. В чем специфика японского менеджмента (3 основные черты)г)

а) Пожизненный найм

б) Медленная оценка и продвижение по службе

в) Ориентация управления на группу

г) Индивидуальное принятие решений

11. Выберите, основные характеристики американского менеджмента:

а) Краткосрочный наем

б) Быстрая оценка и продвижение по службе

в) Индивидуальное принятие решений и индивидуальная ответственность

г) Личные, неформальные отношения с подчиненными

12. Укажите организационно-административные методы в Японской организации:

а) Неявные механизмы контроля

б) Коллективное принятие решений

в) Коллективная ответственность

г) Решения принимаются «снизу вверх»

д) Строго формализованная структура управления

13. Укажите организационно-административные методы Американской организации:

а) Явный механизм контроля

б) Индивидуальное принятие решений

в) Индивидуальная ответственность

г) Решения принимаются «сверху вниз»

д) Нестандартная, гибкая система управления

14. Вставьте пропущенные слова в определении:

Основной задачей менеджмента туризма является выявление общих тенденций и закономерностей его развития, а также нахождение его специфических особенностей

а) Общих тенденций

б) Закономерностей

в) Особенности

г) Черт

д) Законов

15. Укажите черты, характерные для управления любым туристским предприятием:

а) Нужды, потребности и желания конечных потребителей

б) Непервичность туристской услуги

в) Маркетинг

г) Непостоянство качества и уникальность услуги

д) Нет верного варианта

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

#### **Типовые вопросы зачета (ПК-2)**

1. Сущность и содержание понятия «менеджмент». Виды и функции менеджмента.
2. Понятие и классификация методов менеджмента. Особенности их применения в сфере услуг.
3. Опыт внутрифирменного управления в США и Западной Европе.
4. Особенности японского менеджмента.
5. Теоретические основы сервисной деятельности: понятие сервиса, основные подходы к пониманию его сущности.
6. Особенности сферы услуг как объекта управления.
7. Понятие цели и задач сервисного предприятия. Система целей и задач организации.
8. Функциональная структура сервисного и туристского предприятия.
9. Понятие структуры управления, ее основные элементы.
10. Факторы, влияющие на конкретную структуру управления сервисного предприятия.
11. Виды организационные структуры управления.
12. Организационные структуры управления сервисных предприятий.
13. Проектирование организационных структур, особенности формальных и неформальных организаций.
14. Понятие, значение и классификация коммуникаций на предприятиях социально-культурного сервиса.
15. Содержание, виды и принципы планирования. Процесс планирования и виды планов. Методы разработки планов.
16. Способы планирования. Стратегическое планирование. Текущее планирование.
17. Понятие управленческого решения и его особенности.
18. Подходы к принятию решения.
19. Классификация управленческих решений.
20. Процесс принятия решений.

#### **Типовые задания для зачета (ПК-2)**

1. Дать характеристику сфер разработки, принятия и реализации государственных управленческих решений для любого федерального органа исполнительной власти Российской Федерации (смотреть список в Приложении 1). На примере любого государственного управленческого решения этого ведомства рассмотреть основные этапы процесса разработки, принятия и реализации решений.

2. Характеристика преимуществ и недостатков применения различных методов разработки управленческих решений для разработки государственных управленческих решений (экспертный метод, метод сценариев, метод «дерева решений», метод мозгового штурма, эвристические методы) Ответ проиллюстрировать на примерах. ( Ответ на вопрос выполняется в форме эссе).

#### 4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-2	
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-2	

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

#### 5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

#### 5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

#### 5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

#### 5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Основная литература:

1. Сергеева Е. А., Брысаев А. С. Менеджмент и Маркетинг : учебное пособие, 1. Основы менеджмента. - Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2010. - 199 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259050>

2. Москвина, И. А. Менеджмент и маркетинг туристских дестинаций : сборник кейсов. - 2024-06-03; Менеджмент и маркетинг туристских дестинаций. - Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2017. - 88 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/88889.html>

## 6.2 Дополнительная литература:

1. Москвина И. А., Степуренко О. А. Менеджмент и маркетинг туристских дестинаций: сборник кейсов : практикум. - Москва: Университетская книга, 2017. - 88 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574990>

2. Артамонова, Г. В., Богомолова, Н. Д. Менеджмент и маркетинг в здравоохранении. Психология управления. Часть 1 : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Менеджмент и маркетинг в здравоохранении. Психология управления. . - Кемерово: Кемеровская государственная медицинская академия, 2006. - 128 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/6159.html>

3. Беззубцева М. М., Гулин С. В., Пиркин А. Г. Менеджмент и маркетинг в задачах инжиниринга энерготехнологических объектов : учебное пособие. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2016. - 164 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471835>

## 6.3 Иные источники:

1. Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ» - <http://www.intuit.ru/>
2. Вопросы образования - <http://www.ecsocman.edu.ru/vo>
3. Всемирная туристская организация (UNWTO) - <http://www.unwto.org>
4. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) - <http://www.wttc.org>
5. Гуманитарная электронная библиотека - <http://www.lib.ua-ru.net/katalog/41.html>
6. Информационный ресурс ИД "Коммерсант" - <https://www.kommersant.ru/>
7. Сервис plus - <http://www.service.plus/jour>
8. Сервис Tinkercad - <https://www.tinkercad.com>
9. Современные проблемы сервиса и туризма - <http://spst-journal.org>

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

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

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

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Операционная система Microsoft Windows 10

7-Zip 9.20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
2. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>
3. Архив научных журналов зарубежных издательств. – URL: <https://arch.neicon.ru>
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>

### **Электронная информационно-образовательная среда**

[https://auth.tsutmb.ru/authorize?response\\_type=code&client\\_id=moodle&state=xyz](https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz)

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.