

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Сетевые формы организации в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса Б1.В.ДВ.17

Направление подготовки: 43.03.01 - Сервис

Профиль подготовки: Гостиничный сервис и индустрия гостеприимства

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Мишакин Т.С.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Разумовская Е. М.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No 949956617

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Мишакин Т.С. кафедра менеджмента в социальной сфере Институт управления, экономики и финансов , Timur.Mishakin@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины "Сетевые формы организации в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса" является формирование у студентов профессиональных компетенций в области принятия стратегических и тактических решений с учетом углубления и расширения процессов интеграции и увеличением роли межфирменного сетевого взаимодействия в достижении конкурентоспособности на мировых рынках услуг.

Это требует от студентов выработки специальных знаний, позволяющих адекватно анализировать поведение экономических агентов в индустрии гостеприимства, оценивать перспективы развития бизнеса принимать обоснованные решения, позволяющие обеспечить долгосрочную конкурентоспособность компаний на локальном и глобальном уровне.

Курс призван акцентировать внимание на феномене сетевых форм в современной сфере услуг, обосновать закономерность возникновения сетевых форм организации в индустрии гостеприимства, показать их преимущества и недостатки по сравнению с традиционными формами, описать базовые бизнес-модели и стратегии развития, основанные на устойчивом взаимодействии, комбинировании комплементарных ресурсов и компетенций. Включение широкого спектра сетевых форм организации в анализ возможностей и перспектив современного бизнеса способствует принятию более обоснованных управленческих решений как на уровне отдельной компании, так и при формировании государственной политики.

Дисциплина нацелена на развитие соответствующих профессиональных компетенций и навыков работы индивидуально у каждого студента и межличностных профессиональных компетенций в групповой работе.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.17 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 43.03.01 Сервис и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- 1.Общий менеджмент
- 2.Теория организации
- 3.Организационное поведение
- 4.Инновационный менеджмент
- 5.Разработка управленческих решений
- 6.Маркетинг
- 7.Управление общественными отношениями
- 8.Теория отраслевых рынков

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знания основ менеджмента, основных инструментов и механизмов управления,
- навыки применения знаний и умений по работе с аналитическими и статистическими данными о состоянии и развитии организаций, систематизации и обобщению получаемых результатов,
- умение использовать количественные и качественные методы сбора и обработки информации,
- владеть навыками командной работы по разработке проектов, реализуемых в организациях и учреждениях

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-12 (общекультурные компетенции)	понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности
ОК-13 (общекультурные компетенции)	готовностью внедрять и использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности
ПК-12 (профессиональные компетенции)	к организации технологического процесса сервиса
ПК-7 (профессиональные компетенции)	готовностью внедрять и использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- особенности современного этапа развития сферы услуг;
- концепции квазиинтеграции и маркетинга партнерских отношений;
- особенности, сильные и слабые стороны сетевых форм организации, таких как внутренние, стабильные и динамические сети, межфирменные стратегические альянсы, цепочки создания ценности, кластеры;
- базовые бизнес-модели и стратегии развития гостиничных сетей, сетей ресторанов, транспортных альянсов, цепочек создания ценности в туристическом бизнесе;
- место и роль кластеров в современной индустрии гостеприимства, знание зарубежного опыта формирования государственной кластерной политики, способствующей развитию туристических дестинаций;
- возможности и пределы государственной политики в сфере гостеприимства, способствующей росту конкурентоспособности компаний с использованием преимуществ сетевых структур.

2. должен уметь:

- выявлять и оценивать при планировании и принятии решений широкий спектр возможных организационных альтернатив;
- выстраивать систему взаимоотношений компании с клиентами и партнерами, основанную на гибком сочетании конкуренции и кооперации, необходимом для достижения конкурентоспособности на избранном рынке.

3. должен владеть:

- критической оценки результатов исследований;
- разработки вариантов управленческих решений для компаний индустрии гостеприимства с использованием разнообразных источников информации.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- навыки проведения самостоятельных исследований рынков услуг в соответствии с разработанной программой

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Тема 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция сетевой концепции	8	1	2	4	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Тема 2. Типология сетевых форм организации. Сети в гостеприимстве и туризме	8	2	4	4	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Тема 3. Гостиничные сети	8	3	4	4	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Тема 4. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	8	4	2	4	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Тема 5. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций. Туристско-рекреационные кластеры	8	5	2	6	0	Презентация
6.	Тема 6. Тема 6. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса	8	6	2	6	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
7.	Тема 7. Тема 7. Перспективы развития сетевого взаимодействия компаний в условиях российского рынка	8	7	2	8	0	Дискуссия
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет
	Итого			18	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Тема 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция сетевой концепции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Интеграционные процессы в современной экономике. Понятие квазиинтеграции. Феномен сетей в условиях современных рынков. Комплементарность ресурсов и компетенций. Проблема доверия и надежности в сетевом партнерстве.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Преимущества и недостатки сетевых структур по сравнению с другими альтернативами. Базовые понятия теории сетей. Социальные сети. Инструментарий теории графов. Эволюция сетевой концепции в теории менеджмента.

Тема 2. Тема 2. Типология сетевых форм организации. Сети в гостеприимстве и туризме

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Межфирменные и внутрифирменные сети. Различные подходы к классификации сетей. Типология сетей Майлза-Сноу, Акрола, Грандори-Соды, Хинтерхюбера-Левина. Критерии Зюдова-Виланда и основные характеристики межфирменной сети. Типы межфирменных сетевых структур. Разнообразие сетевых форм организации в сфере услуг.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Группы стейкхолдеров и их взаимодействие. Место гостиничных сетей, сетей ресторанов, межфирменных стратегических альянсов, цепочек создания ценности в современной индустрии гостеприимства и туризма.

Тема 3. Тема 3. Гостиничные сети

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Понятие гостиничной сети: базовое определение, ключевые взаимосвязи, закономерности возникновения. Международные гостиничные сети: специфика организации, базовые бизнес-модели и стратегии развития.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Особенности гостиничной отрасли и гостиничного продукта, способствующие развитию сетевых форм организации. История создания и развития гостиничных сетей. Особенности становления сетевого гостиничного бизнеса в России.

Тема 4. Тема 4. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

лекционное занятие (2 часа(ов)):

История возникновения и развития ресторанных сетей. Виды ресторанных сетевых предпринимательских структур, специфика их функционирования. Франчайзинговые сети: определение, основные характеристики, особенности управления.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Примеры успешной деятельности ресторанных сетей за рубежом. Сетевые рестораны в России

Тема 5. Тема 5. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций. Туристско-рекреационные кластеры

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Определение туристической дестинации. Группы стейкхолдеров, оказывающие влияние на привлекательность туристической дестинации. Кластер как межорганизационная сеть. Взаимосвязь степени развития кластеров и конкурентоспособности региона по М.Портеру.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Влияние кластерной политики на конкурентоспособность туристических дестинаций: анализ зарубежного опыта. Проблемы развития туристско-рекреационных кластеров в России

Тема 6. Тема 6. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Маркетинг партнерских отношений. Совместное создание ценности. Интеграция процесса спроса и предложения на современных рынках. Управление цепочкой поставок и цепочкой спроса: объединенная концепция. Ко-брендинговые альянсы компаний разных секторов индустрии гостеприимства и туризма.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Развитие систем взаимодействия с клиентами (CRM). Программы лояльности. Роль социальных сетей в развитии брендов. Аффилированный маркетинг. Онлайн партнерства в индустрии гостеприимства

Тема 7. Тема 7. Перспективы развития сетевого взаимодействия компаний в условиях российского рынка

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Российский рынок и его особенности с точки зрения сетевого взаимодействия компаний

практическое занятие (8 часа(ов)):

Российский рынок и его особенности с точки зрения сетевого взаимодействия компаний

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Тема 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция сетевой концепции	8	1	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. Тема 2. Типология сетевых форм организации. Сети в гостеприимстве и туризме	8	2	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Тема 3. Гостиничные сети	8	3	подготовка к устному опросу	6	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Тема 4. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	8	4	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Тема 5. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций. Туристско-рекреационные кластеры	8	5	подготовка к презентации	8	презентация
6.	Тема 6. Тема 6. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса	8	6	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
7.	Тема 7. Тема 7. Перспективы развития сетевого взаимодействия компаний в условиях российского рынка	8	7		8	дискуссия
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Процесс обучения включает, наряду с лекционной, следующие образовательные технологии:

- анализ кейсов по тематике курса;
- обсуждения на семинарах тематики заданий для самостоятельной работы и подготовки презентаций;
- проведение коллективных дискуссий;
- написание контрольных работ;
- выступления студентов с презентациями (до 10-15 минут) по итогам выполнения домашнего задания.

В рамках курса используются интерактивные формы проведения занятий, включающие разбор практических задач и кейсов, участие в дискуссии и мини-конференции.

Предусмотрены встречи и мастер-классы с представителями российских и зарубежных компаний.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Тема 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция сетевой концепции

устный опрос , примерные вопросы:

Интеграционные процессы в современной экономике. Понятие квазиинтеграции. Феномен сетей в условиях современных рынков. Комплементарность ресурсов и компетенций. Проблема доверия и надежности в сетевом партнерстве.

Тема 2. Типология сетевых форм организации. Сети в гостеприимстве и туризме

устный опрос , примерные вопросы:

Межфирменные и внутрифирменные сети. Различные подходы к классификации сетей. Типология сетей Майлза-Сноу, Акрола, Грандори-Соды, Хинтерхюбера-Левина. Критерии Зюдова-Виланда и основные характеристики межфирменной сети. Типы межфирменных сетевых структур. Разнообразие сетевых форм организации в сфере услуг.

Тема 3. Гостиничные сети

устный опрос , примерные вопросы:

Понятие гостиничной сети: базовое определение, ключевые взаимосвязи, закономерности возникновения. Международные гостиничные сети: специфика организации, базовые бизнес-модели и стратегии развития.

Тема 4. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

устный опрос , примерные вопросы:

История возникновения и развития ресторанных сетей. Виды ресторанных сетевых предпринимательских структур, специфика их функционирования. Франчайзинговые сети: определение, основные характеристики, особенности управления.

Тема 5. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций.

Туристско-рекреационные кластеры

презентация , примерные вопросы:

Определение туристической дестинации. Группы стейкхолдеров, оказывающие влияние на привлекательность туристической дестинации. Кластер как межорганизационная сеть. Взаимосвязь степени развития кластеров и конкурентоспособности региона по М.Портеру.

Тема 6. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса

устный опрос , примерные вопросы:

Маркетинг партнерских отношений. Совместное создание ценности. Интеграция процесса спроса и предложения на современных рынках. Управление цепочкой поставок и цепочкой спроса: объединенная концепция. Ко-брендинговые альянсы компаний разных секторов индустрии гостеприимства и туризма.

Тема 7. Перспективы развития сетевого взаимодействия компаний в условиях российского рынка

дискуссия , примерные вопросы:

Развитие систем взаимодействия с клиентами (CRM). Программы лояльности. Роль социальных сетей в развитии брендов. Аффилированный маркетинг. Онлайн партнерства в индустрии гостеприимства

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы на зачет по дисциплине "Сетевые формы организации в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса":

1. Каковы причины возникновения сетей в сфере услуг?
2. Совокупность каких характеристик определяет внутрифирменную сеть? межфирменную сеть?
3. Раскройте понятие "внутренние сети предприятия"
4. Каковы преимущества и недостатки сетевых структур в сфере услуг по сравнению с другими альтернативами?
5. По каким признакам можно выстроить типологию межфирменных сетей?

6. Приведите пример сетевого взаимодействия в туристической индустрии. Какой тип сетевого взаимодействия используется в примере?
7. Какое определение стратегического альянса Вы считаете предпочтительным? Почему?
8. В чем отличие между вертикальной и горизонтальной интеграцией предприятий?
9. Какие существуют источники снижения транзакционных издержек за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
10. Какие существуют источники повышения качества услуг за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
11. За счет каких факторов формируется и развивается доверие между предприятиями?
12. В чем заключаются конкурентные преимущества сетей в туристическом бизнесе?
13. Приведите пример комплементарности ресурсов и компетенций компаний в гостиничном/ресторанном/туристическом бизнесе.
14. Перечислите элементы гостиничных сетей и их взаимосвязи.
15. Какие стратегии развития гостиничных сетей можно назвать? В чем их особенности?
16. В чем заключается сетевая стратегия гостиничного бизнеса?
17. Приведите пример деятельности франчайзинговой сети в России. В чем ее преимущества и недостатки?
18. Охарактеризуйте использование различных видов транспорта в международном и внутреннем туризме в РФ
19. Охарактеризуйте основные особенности известных Вам форм сотрудничества авиакомпаний и турфирм.
20. Дайте определение туристической дестинации. Перечислите основные группы стейкхолдеров, деятельность которых влияет на привлекательность туристической дестинации.
21. Цепочка спроса и цепочка предложения в туристическом бизнесе.
22. Перечислите элементы (этапы/звенья) цепочки создания ценности в туристическом бизнесе.
23. Приведите пример участия потребителя в создании ценности в туристическом бизнесе.
24. Приведите примеры успешного ко-брендинга в индустрии гостеприимства и туризме.
25. Перечислите элементы кластерной политики. Какие существуют формы реализации кластерной политики и объекты ее воздействия?
26. Какую роль в экономике впечатлений играют социальные сети и онлайн партнерства?
27. Какие ассоциации существуют в российской туристической индустрии? В чем заключается деятельность этих ассоциаций?

7.1. Основная литература:

1. Новая информационная экономика и сетевые механизмы развития / И.А. Лазарев, Г.С. Хижа, К.И. Лазарев; Российская академия естественных наук. - 2 изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2010. - 244 с.: 60x84 1/16. (п) ISBN 978-5-91131-548-1
<http://znanium.com/bookread.php?book=203419>
2. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: Учебное пособие / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 192 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0081-3
<http://znanium.com/bookread.php?book=142602>
- Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 384 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0183-4
<http://znanium.com/bookread.php?book=216943>

7.2. Дополнительная литература:

1. Скобкин С. С.
Менеджмент в туризме: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 448 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0020-0

<http://znanium.com/bookread2.php?book=389982>

7.3. Интернет-ресурсы:

Ashton A., Scott N., Breakey N. Hotel Restaurant Co - Branding: The Impact of Consumer Evaluation on Perceived Risk, Perceived Value and Intention to Purchase // CAUTHE Conference Proceedings, Australia, 2008 - <http://132.234.243.22/conference/cauthe2008/refereed-papers/RP095.pdf>

Nunes P., Dull S., Lynch P. When Two Brands Are Better Than One // Brand Alliances: New Models of Networking / P. Gopalakrishman (ed.). The ICFAI University Press, India, 2007. P.66 - 79. - http://mthink.com/bluebook/sites/default/files/legacy/crmproject/content/pdf/CRM4_wp_nunes.pdf

Treville S., Shapiro R.D., Hameri A. From Supply Chain to Demand Chain: The Role of Lead Time Reduction in Improving Demand Chain Performance // Journal of Operations Management, 2004. Vol.21, No6. P. 613 - 627 - <http://www.slideshare.net/Bobtb/working-paper-0208>

П аспорт Федеральной целевой программы ?Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)? - <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/Passport/View/2012/361>

Федеральное агентство по туризму (РОСТУРИЗМ) - [http:// www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Сетевые формы организации в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Для проведения лекционных и практических занятий требуется комплекс технических средств, включающий персональный компьютер и проектор.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 43.03.01 "Сервис" и профилю подготовки Гостиничный сервис и индустрия гостеприимства .

Автор(ы):

Мишакин Т.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М. _____

"__" _____ 201__ г.