

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):

Ибрагимова Г.М. , 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 949962617

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) старший преподаватель, б/с Ибрагимова Г.М. кафедры менеджмента в социальной сфере Институт управления, экономики и финансов , GuMIbragimova@kpfu.ru ; доцент, к.н. Мишакин Т.С. кафедры 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.

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

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-2 (общекультурные компетенции)	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

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. 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. Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция сетевой концепции	7		2	4	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Типология сетевых форм организации. Сети в гостеприимстве и туризме.	7		4	6	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Гостиничные сети	7		4	6	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	7		2	4	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций. Туристско-рекреационные кластеры	7		2	6	0	Презентация
6.	Тема 6. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса	7		2	6	0	Устный опрос
7.	Тема 7. Перспективы развития сетевого взаимодействия компаний в условиях российского рынка	7		2	4	0	Дискуссия
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет
	Итого			18	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

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. 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 (6 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. 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 (6 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. 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. 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. 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. 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 (4 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. Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция сетевой концепции	7		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
2.	Тема 2. Типология сетевых форм организации. Сети в гостеприимстве и туризме.	7		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Гостиничные сети	7		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	7		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций. Туристско-рекреационные кластеры	7		подготовка к презентации	8	презентация
6.	Тема 6. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в индустрии гостеприимства и гостиничного сервиса	7		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
7.	Тема 7. Перспективы развития сетевого взаимодействия компаний в условиях российского рынка	7		подготовка к дискуссии	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. Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция сетевой концепции

устный опрос , примерные вопросы:

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:

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:

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:

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:

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:

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:

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:

Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения, Киселева, Елена Николаевна; Буданова, О.Г., 2008г.

Организация коммерческой деятельности, Каплина, Светлана Анатольевна, 2004г.

Маркетинговый анализ, Березин, Игорь Станиславович, 2007г.

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>

3. 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=21694>

7.2. Дополнительная литература:

Маркетинговое управление. Принципы управленческих решений и российская практика, Гайдаенко, Татьяна Альбертовна, 2008г.

1. Квартальнов, Валерий Александрович. Туризм: [Учеб. для образоват. учреждений турист. профиля] / В. А. Квартальнов; Рос. междунар. акад. туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 314, [1] с.: ил.; 21 см. Библиогр.: с. 308-309. ISBN 5-279-02253-5, 3000.

2. Проурзин, Леонид Юрьевич. Туризм как экономический приоритет / Л.Ю. Проурзин. М.: Новый век, 2003. 216 с.: ил. (Экономика современной России). Библиогр.: с. 210-216. ISBN 5-98101-015-0.

3. Яковлева, Тамара Александровна. Страхование: Элементар. курс: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Социально-культурный сервис и туризм', 'Домоведение' и 'Сервис' / Т.А. Яковлева, О.Ю. Шевченко. М.: Экономистъ, 2004. 217 с.: ил. Библиогр.: с. 187-188. ISBN 5-98118-059-5

4. 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>

5. 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>

6. 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. Гостиничный менеджмент / В.В. Иванов, А.Б. Волков. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 384 с.: 70x100 1/16. - (Национальные проекты). (переплет) ISBN 978-5-16-003073-9
<http://znanium.com/bookread.php?book=>

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>

Паспорт Федеральной целевой программы - <http://fcp.economy.gov.ru/cgi>

Федеральное агентство по туризму (РОСТУРИЗМ) - <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.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

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. _____

Ибрагимова Г.М. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М. _____

"__" _____ 201__ г.