

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Развитие территорий



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Основы менеджмента и маркетинга Б1.В.ОД.18

Направление подготовки: 43.03.03 - Гостиничное дело

Профиль подготовки: Гостиничная деятельность

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Чумарина Г.Р.

Рецензент(ы):

Фахрутдинова Л.Р.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Палей Т. Ф.

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

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

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

Регистрационный No 948369319

Казань
2019

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. (доцент) Чумарина Г.Р. кафедра общего менеджмента Институт управления, экономики и финансов, GRChumarina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель - изучение системы научных знаний, которая составляет теоретические и практические основы современного менеджмента и маркетинга, обеспечивает практику менеджмента и маркетинга научными рекомендациями, формирует навыки менеджмента.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ОД.18 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 43.03.03 Гостиничное дело и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 2 курсе, 3, 4 семестры.

Изучению дисциплины 'Основы менеджмента и маркетинга' предшествует освоение следующих дисциплин: 'Организация гостиничной деятельности', 'Психология управления', 'Связи с общественностью'.

Данная дисциплина способствует освоению дисциплин 'Менеджмент индустрии гостеприимства', 'Экономика гостиничного предприятия', 'Кадровый менеджмент на гостиничном предприятии'.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-7 (общекультурные компетенции)	способность к самоорганизации и самообразованию
ПК-10 (профессиональные компетенции)	готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владение навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения
ПК-4 (профессиональные компетенции)	готовность анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен демонстрировать способность и готовность:

- вырабатывать организационные цели;
- применять полученные в процессе обучения знания для принятия управленческих решений с учетом экономических, социальных, технических и других факторов;
- анализировать организационные отношения в системе управления;
- моделировать управленческие ситуации;
- определять факторы эффективности менеджмента и маркетинга;
- управления личностью и коллективом;
- структурирования целей и определения стратегии и тактики достижения поставленных целей;
- разработки мероприятий по повышению эффективности деятельности организации

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 семестре; зачет в 4 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. Менеджмент и маркетинг в системе рыночной экономики	3		4	4	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Методология и инфраструктура менеджмента	3		4	4	0	Дискуссия
3.	Тема 3. Интеграционные процессы в менеджменте	3		4	4	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Функции менеджмента и маркетинга	3		4	4	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Методы управления	3		2	2	0	Дискуссия
6.	Тема 6. Процесс принятия управленческих решений и их моделирование	4		4	4	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. Групповая динамика. Основные теории лидерства.	4		4	4	0	Дискуссия
8.	Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга. Управление маркетингом	4		4	4	0	Устный опрос
9.	Тема 9. Маркетинговые исследования. Инструменты и методы маркетинга	4		4	4	0	Презентация
10.	Тема 10. Эффективность менеджмента	4		2	2	0	Контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	Зачет
	Тема . Итоговая форма контроля	4		0	0	0	Зачет
	Итого			36	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Менеджмент и маркетинг в системе рыночной экономики

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Потребность и необходимость управления в деятельности человека. Понятие, сущность, цели, задачи, значение и технология современного менеджмента и маркетинга. Модели современного менеджмента и маркетинга. Перспективы современного менеджмента и маркетинга: возможное и вероятное. Опыт менеджмента и маркетинга за рубежом, возможности и пути его использования в России.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Модели менеджмента и маркетинга. Характеристика основных категорий теории и практики менеджмента и маркетинга. Принципы эффективного управления современным предприятием. Разнообразие моделей менеджмента: американская, японская, европейская и др.

Тема 2. Методология и инфраструктура менеджмента

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Цели, задачи и система управления предприятием. Виды современного менеджмента. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. Механизмы менеджмента: средства и методы управления. Внешняя среда организации. Внутренняя среда организации. Особенности управления внешнеэкономическими связями организации.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Системный подход к управлению. Ситуационный подход к управлению. Процессный подход к управлению. Целевой подход к управлению. Факторы прямого и косвенного воздействия внешней среды организации. Управление экономическими отношениями предприятия.

Тема 3. Интеграционные процессы в менеджменте

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Содержание функции коммуникации в системе менеджмента Элементы и этапы коммуникационного процесса. Коммуникационные барьеры и способы их устранения. Система информационных коммуникаций.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Способы достижения эффективных коммуникаций. Система информационного обеспечения управления. Использование мировых ресурсов в менеджменте.

Тема 4. Функции менеджмента и маркетинга

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Планирование как функция менеджмента. Организация как функция менеджмента. Мотивация как функция менеджмента. Контроль как функция менеджмента. Разработка управленческих решений в системе менеджмента. Функции маркетинга.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Основные элементы планирования, организационного и мотивационного процессов. Построение организационных структур: иерархические, дивизиональные, адаптивные структуры управления. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Создание системы мотивации труда. Функции маркетинга.

Тема 5. Методы управления

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие, сущность и классификация методов управления. Мотивационная направленность различных методов управления. Влияние материальной, властной и духовной мотивации на выбор методов управления. Комплексный подход к применению методов управления.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Организационно-распорядительные методы управления. Законодательные и нормативные акты как основа организационно-распорядительных методов управления. Разновидность организационно-распорядительных методов управления. Методы организационно-стабилизирующего воздействия: регламентирование, нормирование и инструктирование. Методы распорядительного воздействия: приказы, распоряжения, резолюции и т.п. Экономические методы управления, их развитие в условиях перехода к рыночным отношениям. Применение экономических методов на разных уровнях управления: на уровне государства, предприятия и индивидуума. Социально-психологические методы управления, их основная цель. Роль социально-психологических служб (специалистов) предприятия в исследовании коллективов и отдельных групп людей на предприятии при формировании персонала, в управлении неформальными группами, для преодоления конфликтных и стрессовых ситуаций и т.п. Основные социально-психологические исследования: беседа, интервью, тестирование, анкетирование, прямое или косвенное наблюдение, эксперимент, изучение результативности работника и т.п.

Тема 6. Процесс принятия управленческих решений и их моделирование

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Определение понятия ?Управленческие решения?. Роль решений в процессе управления. Сущность решения и его виды. Классификация управленческих решений. Требования, предъявляемые к качеству управленческого решения. Этапы процесса принятия решений. Постановка проблемы (оценка ситуации); подготовка информационного материала; выработка вариантов решения; определение оптимального варианта; формализация управленческого решения; организация выполнения принятого решения (определение сроков и специалистов, ответственных за выполнение решения); контроль руководства за выполнением решения. Анализ результатов по принятым решениям и введение изменений в систему управления на основе этих результатов. Моделирование в принятии решений. Системный подход и оптимизация управленческих решений. Оптимизация управленческих решений с помощью экономико-математических моделей. Использование методов оптимального программирования, ?мозгового штурма?, теории игр. Содержание и сфера использования метода экспертных оценок при выборе оптимального управленческого решения.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Сущность решения и его виды. Классификация управленческих решений. Требования, предъявляемые к качеству управленческого решения. Этапы процесса принятия решений. Постановка проблемы (оценка ситуации); подготовка информационного материала; выработка вариантов решения; определение оптимального варианта; формализация управленческого решения; организация выполнения принятого решения (определение сроков и специалистов, ответственных за выполнение решения); контроль руководства за выполнением решения. Анализ результатов по принятым решениям и введение изменений в систему управления на основе этих результатов.

Тема 7. Групповая динамика. Основные теории лидерства.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Группы и их значимость. Формальные и неформальные группы. Развитие неформальных организаций и их характеристики. Управление неформальной организацией. Проблемы, связанные с неформальными организациями. Факторы, влияющие на эффективность работы группы. Природа лидерства. Общая характеристика теорий лидерства. Подходы к лидерству с позиций личных качеств, поведенческий и ситуационный подходы.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Группы и их значимость. Формальные и неформальные группы. Развитие неформальных организаций и их характеристики. Управление неформальной организацией. Проблемы, связанные с неформальными организациями. Факторы, влияющие на эффективность работы группы. Природа лидерства. Общая характеристика теорий лидерства. Подходы к лидерству с позиций личных качеств, поведенческий и ситуационный подходы.

Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга. Управление маркетингом

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Понятие и роль маркетинга в деятельности организации в современных условиях. Концепции маркетинга. Основные требования, предъявляемые для построения маркетинговой службы на предприятии. Принципы и функции, выполняемые маркетинговыми службами на предприятии.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Принципы и функции маркетинга. Анализ концепций маркетинга. Изучение и анализ рынка. Процесс организации маркетинговой деятельности на предприятии. Организационные структуры маркетинговых служб предприятия. Оценка эффективности маркетинговой деятельности на предприятии.

Тема 9. Маркетинговые исследования. Инструменты и методы маркетинга

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Цели и задачи сегментации рынков Классификация товаров потребительского назначения. Классификация товаров производственно-технического назначения. Основные стратегии охвата рынка. Критерии сегментации рынков. Цель, задачи и направления маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований. Ресурсы, качество и эффективность управления. Экономические и социальные аспекты эффективности.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке. Определение емкости рынка. Специфика проведения маркетинговых исследований в российских условиях. Разделы и содержание отчета о маркетинговом исследовании.

Тема 10. Эффективность менеджмента

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Общее понятие об эффективности менеджмента. Основные составляющие оценки эффективности социально-экономических систем: критерии эффективности хозяйствования, принцип оценки, система показателей, методика расчета эффективности хозяйствования. Признаки эффективного менеджмента. Понятие о социальной эффективности управления организацией и критерии оценки. Экологическая эффективность и ее оценка. Пути повышения эффективности менеджмента организации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Основные составляющие оценки эффективности социально-экономических систем: критерии эффективности хозяйствования, принцип оценки, система показателей, методика расчета эффективности хозяйствования. Признаки эффективного менеджмента. Понятие о социальной эффективности управления организацией и критерии оценки. Экологическая эффективность и ее оценка. Пути повышения эффективности менеджмента организации.

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. Менеджмент и маркетинг в системе рыночной экономики	3		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
2.	Тема 2. Методология и инфраструктура менеджмента	3		подготовка к дискуссии	8	дискуссия
3.	Тема 3. Интеграционные процессы в менеджменте	3		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Функции менеджмента и маркетинга	3		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Методы управления	3		подготовка к дискуссии	6	дискуссия
6.	Тема 6. Процесс принятия управленческих решений и их моделирование	4		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
7.	Тема 7. Групповая динамика. Основные теории лидерства.	4		подготовка к дискуссии	8	дискуссия
8.	Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга. Управление маркетингом	4		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
9.	Тема 9. Маркетинговые исследования. Инструменты и методы маркетинга	4		подготовка к презентации	8	презентация
10.	Тема 10. Эффективность менеджмента	4		подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
	Итого				72	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы в области организации и управления деятельностью фирмы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах

Решение задач

Обсуждение эссе

Письменные домашние работы

Расчетно-аналитические задания

Презентации

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

Тема 1. Менеджмент и маркетинг в системе рыночной экономики

устный опрос , примерные вопросы:

Понятие, сущность, цели, задачи, значение и технология современного менеджмента и маркетинга. Особенности и содержание моделей менеджмента и маркетинга. Сравнительный анализ моделей менеджмента. Современный российский менеджмент.

Тема 2. Методология и инфраструктура менеджмента

дискуссия , примерные вопросы:

Подходы к менеджменту. Системный подход к менеджменту. Методология менеджмента и маркетинга. Структура менеджмента. Внешняя среда организации. Внутренняя среда организации.

Тема 3. Интеграционные процессы в менеджменте

устный опрос , примерные вопросы:

Содержание коммуникационного процесса организации. Типология коммуникаций в организации. Построение эффективных коммуникаций. Способы устранения коммуникационных барьеров. Информационные технологии в управлении. Процесс разработки и принятия управленческих решений.

Тема 4. Функции менеджмента и маркетинга

устный опрос , примерные вопросы:

Роль планирования в управлении предприятием. Целеполагание. Технология процесса планирования. Организация как функция менеджмента. Процесс построения организации. Содержание процесса мотивации. Виды, этапы и технология процесса контроля. Функции маркетинга.

Тема 5. Методы управления

дискуссия , примерные вопросы:

Типология методов управления. Особенности применения организационно-распорядительных методов управления в конкретных предприятиях. Методы организационно-стабилизирующего воздействия: регламентирование, нормирование и инструктирование. Содержание социально-психологических методов управления. Применение экономических методов управления в организации.

Тема 6. Процесс принятия управленческих решений и их моделирование

устный опрос , примерные вопросы:

Моделирование в принятии решений. Системный подход и оптимизация управленческих решений. Оптимизация управленческих решений с помощью экономико-математических моделей. Использование методов оптимального программирования, мозгового штурма , теории игр. Содержание и сфера использования метода экспертных оценок при выборе оптимального управленческого решения.

Тема 7. Групповая динамика. Основные теории лидерства.

дискуссия , примерные вопросы:

Особенности управления формальной и неформальной организацией. Развитие неформальных организаций и их характеристики. Управление неформальной организацией. Проблемы, связанные с неформальными организациями. Факторы, влияющие на эффективность работы группы. Содержание теорий лидерства. Лидер и менеджер. Подходы к лидерству с позиций личных качеств, поведенческий и ситуационный подходы.

Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга. Управление маркетингом

устный опрос , примерные вопросы:

Маркетинг как функция менеджмента. Концепции маркетинга. Маркетинговые подходы к управлению организациями. Принципы и функции, выполняемые маркетинговыми службами на предприятии.

Тема 9. Маркетинговые исследования. Инструменты и методы маркетинга

презентация , примерные вопросы:

Методология проведения маркетингового исследования. Методология сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке. Определение емкости рынка. Специфика проведения маркетинговых исследований в российских условиях. Разделы и содержание отчета о маркетинговом исследовании.

Тема 10. Эффективность менеджмента

контрольная работа , примерные вопросы:

Понятие и содержание эффективности. Эффективность менеджмента. Критерии эффективности хозяйствования, принцип оценки, система показателей, методика расчета эффективности хозяйствования. Признаки эффективного менеджмента. Виды эффективности. Экономическая эффективность. Понятие о социальной эффективности управления организацией и критерии оценки. Экологическая эффективность и ее оценка. Пути повышения эффективности менеджмента организации.

Итоговая форма контроля

зачет (в 3 семестре)

Итоговая форма контроля

зачет (в 4 семестре)

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к зачету по дисциплине "Основы менеджмента и маркетинга"

1. Понятие, цели, задачи менеджмента.
2. Корпус менеджеров по П.Друкеру.
3. Американская модель менеджмента.
4. Японская модель менеджмента.
5. Европейская модель менеджмента.
6. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности.
7. Механизмы менеджмента: средства и методы управления.
8. Понятие и виды коммуникаций в организации.
9. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
10. Межличностные и организационные коммуникационные барьеры и способы их устранения.
11. Сущность и виды управленческих решений.
12. Процесс принятия и реализации управленческих решений.
13. Миссия и цели организации.
14. Разработка и реализация перспективных и текущих планов.
15. Стратегии бизнеса.
16. Понятие организационной структуры управления (ОСУ). Взаимосвязь элементов ОСУ.
17. Иерархические структуры управления.

18. Дивизиональные ОСУ.
19. Адаптивные ОСУ.
20. Первичные и вторичные потребности. Внутреннее и внешнее вознаграждение.
21. Иерархия потребностей А.Маслоу.
22. Двухфакторная теория мотивации Ф. Герцберга.
23. Теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда.
24. Теория справедливости С.Адамса.
25. Природа и цель контроля. Разновидности контроля.
26. Понятие, концепции и задачи маркетинга.

7.1. Основная литература:

1. Менеджмент: Учебное пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопал. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 440 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003281-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/330278>
2. Основы менеджмента: Учебное пособие / Е.А. Репина, М.А. Чернышев, Т.Ю. Анопченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М: Академцентр, 2013. - 240 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=407685>
3. Исаев, Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : Учебник / Р. А. Исаев. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 264 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=414940>
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие / ВЗФЭИ; Под ред. Н.А. Нагапетьянца. - М.: Вузовский учебник, 2007. - 272 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=124825>
5. Введение в менеджмент: Учебное пособие / С.Д. Резник, И.А. Игошина; Под ред. проф. С.Д. Резника - 2-е изд., доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 416 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=244308>

7.2. Дополнительная литература:

1. Основы менеджмента: Учебник / Гуськов Ю.В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 264 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-011468-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/526441>
2. Менеджмент: Учебное пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопал. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 440 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003281-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/138908>
3. Маркетинг: Учебное пособие / Тимофеев М.И., - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-369-00402-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/463390>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Портал о менеджменте - <http://menajment.ru>
Административно-управленческий портал - <http://aup.ru>
Все о менеджменте - <http://allmanagerial.blogspot.ru/>
Корпоративный менеджмент - <http://cfin.ru>
Менеджмент - лекции, статьи, литература - <http://infomanagement.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Основы менеджмента и маркетинга" 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.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 43.03.03 "Гостиничное дело" и профилю подготовки Гостиничная деятельность .

Автор(ы):

Чумарина Г.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Фахрутдинова Л.Р. _____

"__" _____ 201__ г.