

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления и территориального развития



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Международные гостиничные и туристические сети БЗ.ДВ.8

Направление подготовки: 100100.62 - 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 и территориального развития:

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

Регистрационный No

Казань
2014

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) ассистент, к.н. Мишакин Т.С. кафедра менеджмента сферы услуг отделение менеджмента и маркетинга , Timur.Mishakin@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины "Международные гостиничные и туристические сети" является формирование у студентов профессиональных

компетенций в области принятия стратегических и тактических решений 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 на международном уровне, 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.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " БЗ.ДВ.8 Профессиональный" основной образовательной программы 100100.62 Сервис и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Настоящая дисциплина относится к блоку дисциплин по выбору обеспечивающих подготовку бакалавров

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

1. Теория менеджмента сферы услуг
2. Методы сбора и анализа бизнес-информации рынка услуг
3. Менеджмент в сервисе
4. Макроэкономика
5. Микроэкономика
6. Статистика

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)	владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
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:

Знать:

- особенности современного этапа развития сферы услуг;
- 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;

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, необходимым для достижения конкурентоспособности на избранном рынке.

Владеть:

- навыками проведения самостоятельных исследований рынков услуг в соответствии с разработанной программой, критической оценки результатов исследований;
- навыками 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 8 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. Сети в гостеприимстве и туризме	8	1	2	8	0	дискуссия
2.	Тема 2. Гостиничные сети	8	2	4	8	0	дискуссия
3.	Тема 3. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	8	3	4	6	0	дискуссия
4.	Тема 4. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций	8	4	4	8	0	дискуссия
5.	Тема 5. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений	8	5	4	6	0	контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	зачет
	Итого			18	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сети в гостеприимстве и туризме

лекционное занятие (2 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 (8 часа(ов)):

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

Тема 2. Гостиничные сети

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Понятие гостиничной сети: базовое определение, ключевые взаимосвязи, закономерности возникновения. Особенности гостиничной отрасли и гостиничного продукта, способствующие развитию сетевых форм организации.

практическое занятие (8 часа(ов)):

История создания и развития гостиничных сетей. Международные гостиничные сети: специфика организации, базовые бизнес-модели и стратегии развития. Особенности становления сетевого гостиничного бизнеса в России.

Тема 3. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

лекционное занятие (4 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 (6 часа(ов)):

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

Тема 4. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций

лекционное занятие (4 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 (8 часа(ов)):

Влияние кластерной политики на конкурентоспособность туристических дестинаций: анализ зарубежного опыта.

Тема 5. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений

лекционное занятие (4 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.

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. Сети в гостеприимстве и туризме	8	1		10	дискуссия
2.	Тема 2. Гостиничные сети	8	2		10	дискуссия
3.	Тема 3. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	8	3		10	дискуссия
4.	Тема 4. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций	8	4		12	дискуссия
5.	Тема 5. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений	8	5	подготовка к контрольной работе	12	контрольная работа
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Реализация компетентного подхода при освоении данной дисциплины предусматривает широкое

использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: разбора конкретных ситуаций, в т.ч. в сфере

сервиса, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов, в т.ч. сферы сервиса.

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

Тема 1. Сети в гостеприимстве и туризме

дискуссия , примерные вопросы:

Обсуждение по теме занятия с использованием информационного материала о международных туристических и гостиничных сетях.

Тема 2. Гостиничные сети

дискуссия , примерные вопросы:

Обсуждение по теме занятия с использованием информационного материала о международных туристических и гостиничных сетях.

Тема 3. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

дискуссия , примерные вопросы:

Тема 4. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций

дискуссия , примерные вопросы:

Тема 5. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений

контрольная работа , примерные вопросы:

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Контрольная работа представляет собой тест и письменный анализ конкретной ситуации, в результате выполнения которых студенты должны продемонстрировать понимание основных концепций, теорий и специфических особенностей сетевых форм организации в индустрии гостеприимства и туризме, умение анализировать информацию и делать самостоятельные выводы.

Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

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 турбизнесе?
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 турбизнесе.
22. Перечислите элементы (этапы/звенья) цепочки создания ценности в турбизнесе.
23. Приведите пример участия потребителя в создании ценности в турбизнесе.
24. Приведите примеры успешного ко-брендинга в индустрии гостеприимства и туризме.

7.1. Основная литература:

1. 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=126192>
 2. Гостиничный сервис и туризм: Учебное пособие / Д.Г. Брашнов. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 224 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-234-6
<http://znanium.com/bookread.php?book=223577>
- Организация гостиничного хозяйства: Учебное пособие / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 400 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0176-4
<http://znanium.com/bookread.php?book=222931>

7.2. Дополнительная литература:

1. Гостиничный сервис и туризм: Учебное пособие / Д.Г. Брашнов. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 224 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-234-6

2. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учебное пособие для вузов / И.С. Барчуков, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен. - М.: Вузский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 204 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0209-1
3. География туризма: Учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 256 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004972-4

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>

Networking and Education for Restaurant Supply Chain Managers. National Restaurant Association - <http://www.restaurant.org/education/studygroups/scm/>

Крупнейшие туристические сети России - www.atorus.ru ? Аналитика ? Рейтинги ИД ? Коммерсант?

Туристические сети | B2B в туризме - www.travelmagnat.ru/category/travel_network/

Хмелькова Н.В. Альянсы брендов ? новая модель маркетинговых инноваций. - <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-411/innovation-economy-411/11070-411-0543>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Международные гостиничные и туристические сети" 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 100100.62 "Сервис" и профилю подготовки Гостиничный сервис и индустрия гостеприимства .

Автор(ы):

Мишакин Т.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М. _____

"__" _____ 201__ г.