

Приложение 3

**Аннотации рабочих программ дисциплин
направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
магистерская программа «Менеджмент гостиничной, курортной и туристской
деятельности»**

Наименование дисциплины (модуля)	Управленческая экономика				
Цель изучения	Формирование у студентов системы знаний об общих закономерностях и особенностях функционирования и развития экономических систем, принципов деятельности различных экономических агентов и специфике их поведения в современных условиях, умения использовать экономические понятия и методы анализа при выработке и принятии управленческих решений.				
Компетенции	– ПК-5: владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде				
Краткое содержание	Понятие, сущность, цели, задачи и основные функции менеджмента гостиничной, курортной и туристской деятельности; опыт менеджмента гостиничной, курортной и туристской деятельности за рубежом; возможности и пути его использования в России; специфика менеджмента гостиничной, курортной и туристской деятельности в России; цели и задачи управления предприятиями гостиничной, курортной и туристской сферы; методы обоснования, принятия и реализации управленческих решений; внутренняя и внешняя среда предприятий гостиничной, курортной и туристской деятельности; использование мировых информационных ресурсов в менеджменте; система коммуникаций; разработка и реализация перспективных и текущих планов; основные качества менеджера гостиничной, курортной и туристской сферы; работа менеджера; создание системы мотивации труда на предприятиях гостиничной, курортной и туристской деятельности; организация контроля за деятельностью подчиненных; особенности работы менеджеров в кризисной ситуации; этика делового общения; управление конфликтами; психология менеджмента гостиничной, курортной и туристской деятельности; управление экономическими отношениями предприятий гостиничной, курортной и туристской деятельности.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	16	32	-	96
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Методы исследований в менеджменте
Цель изучения	Формирование знаний, умений, навыков проведения исследовательских проектов в части постановки задачи, сбора, анализа различных данных и принятия эффективных управленческих решений.

Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> – ОПК-3: способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования – ПК-4: способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами – ПК-8: способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада 				
Краткое содержание	Роль исследования в развитии управления. Исследования управленческих ситуаций. Общенаучные и формально-логические методы исследований в менеджменте. Методы исследований операций в менеджменте. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте. Планирование и организация исследований в менеджменте. Диагностика системы управления. Эффективность исследований в менеджменте.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	16	32	-	96
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Современный стратегический анализ				
Цель изучения	Формирование у студентов целостного представления о наборе инструментов и методов стратегического управления, освоение практических навыков принятия управленческих решений и анализа конкретных ситуаций, а также понимание и оценка состояния и динамики развития отрасли, в которой действует фирма, принимая во внимание ожидания ключевых лиц и групп и своевременная реакция на их запрос.				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> – ПК-3: способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач – ПК-5: владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде 				
Краткое содержание	Понятие и модели стратегического анализа. Методологические основы стратегического анализа. Анализ отрасли и рынка и анализ позиционирования фирмы. Разработка стратегических управленческих решений на основе анализа корпоративных финансов. Экономическая стратегия фирмы и ее составляющие. Стратегический анализ. Процедура анализа и выбора стратегических позиций. Методы конкурентного анализа в глобальной среде. Стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков.				
Трудоемкость (в часах, согласно уч. плану)	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	16	32	-	96
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Корпоративные финансы				
Цель изучения	Формирование у студентов системы знаний в области организации и управления финансами корпораций; приобретение студентами теоретических и прикладных навыков позволяющих им составить объективное представление о совокупности денежных отношений и связей, возникающих на предприятиях различной организационно-правовой формы по поводу формирования и использования капитала, денежных фондов (доходов), движения денежных потоков необходимых для осуществления в профессиональной деятельности на высоком профессиональном уровне.				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> - ПК-2: Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию - ПК-3: Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач - ПК-6: Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач 				
Краткое содержание	Сущность и функции финансов корпораций. Организация управления финансами корпораций. Финансовый рынок и финансовые ресурсы корпораций. Управление внеоборотными, оборотными активами. Управление инвестициями Финансовые инвестиции корпораций. Анализ финансовой отчетности корпораций и разработка финансовой политики Управление финансовыми результатами				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	2,0 / 72	10	20	-	42
Форма промежуточной аттестации	зачет				

Наименование дисциплины (модуля)	Теория организации и организационное поведение				
Цель изучения	<p>В области обучения: подготовка студентов к организационно-управленческой, информационно-аналитической, предпринимательской и научно-исследовательской в области маркетинга в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня, а также к продолжению обучения в магистратуре и аспирантуре.</p> <p>В области воспитания личности: Формирование у студентов необходимых менеджеру социальных и личностных качеств: толерантности, общей культуры, ответственности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, развитие коммуникативных навыков, умения работать в команде, лидерских качеств.</p>				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> - ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения - ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия - ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию 				

Краткое содержание	Теория организации: теория организации как наука; организация как сложная система и как объект управления; модели организации как объекты управления; миссия и цели организации, целеполагание; общие понятия о зависимостях, законах и закономерностях организации; основополагающие законы организации; законы организации второго уровня; принципы организации; проектирование организации основы организационного аудита. Организационное поведение: теории поведения человека в организации; современные концепции и модели поведения личности в организации; формирование группового поведения.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	18	30	-	96
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Профессионально ориентированный курс иностранного языка				
Цель изучения	Обучение студентов основам делового общения в устных и письменных формах в типичных профессиональных ситуациях.				
Компетенции	– ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности				
Краткое содержание	Устройство и прием на работу. Назначение деловой встречи. Разговор по телефону. Неформальная беседа. Компания. Структура компании. Менеджер и лидер. Основные качества лидера. Денежные отношения и оформление деловых документов. Продажи. Написание делового письма, факса, работа с электронной почтой. Деловые документы. Подписание контракта. Реклама. Связи с общественностью. Составление служебной записки. Денежные отношения. Платежи.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	3,0 / 108	-	-	48	60
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Управление нематериальными активами				
Цель изучения	Освоение теоретических знаний в области управления нематериальными активами, приобретение умений применения на практике или в ситуациях, имитирующих эту деятельность, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.				
Компетенции	– ПК-1: способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.				

Краткое содержание	Интеллектуальный капитал и нематериальные активы. Нематериальные активы в экономике знаний и в управлении знаниями. Возможности учёта результативности и эффективности создания, приобретения и использования нематериальных активов. Общие подходы к оценке стоимости интеллектуального капитала и нематериальных активов. Структурный, клиентский, человеческий капитал в составе нематериальных активов. Незавершенные проекты в структуре нематериальных активов. Несанкционированные нематериальные активы. Нетрадиционные типы нематериальных активов.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	2,0 / 72	10	14	-	48
Форма промежуточной аттестации	<i>зачет</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Организация и управление бизнес-процессами				
Цель изучения	Дать новые знания о бизнес-процессах предприятия, повысить уровень имеющихся знаний и усилить их прикладной характер, привить студентам практические навыки описания, формализации и оптимизации бизнес-процессов, сформировать научное представление о бизнес-процессах предприятия, овладеть умениями и навыками организации и управления ними.				
Компетенции	– ПК-4: способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения				
Краткое содержание	Эволюция методологических подходов к описанию и исследованию организационных структур и процессов. Организационная структура компании, основанная на управлении бизнес-процессами. Информационные технологии поддерживающие управление бизнес- процессами. Технологии оптимизации бизнес-процессов. Структурный анализ бизнес-процессов. Функционально-стоимостной анализ бизнес-процессов (ABC-Activity-Based Costing). Имитационное моделирование бизнес-процессов. Компонентная технология оптимизации бизнес-процессов.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	3,0 / 108	16	32	-	60
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Методология и организация научных исследований				
---	--	--	--	--	--

Цель изучения	Освоение теоретических знаний в области методологии и организации научных исследований, приобретение умений применения на практике или в ситуациях, имитирующих эту деятельность, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> – ОК-1: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу – ОК-3: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала – ОПК-3: способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования 				
Краткое содержание	Наука и научное исследование. Методологические основы научного познания и творчества. Система научно-исследовательской работы в вузах. Организация, планирование научно-исследовательской и научно-методической работы. Направления научного исследования и этапы научно-исследовательской работы. Научно-техническая, патентная информация. Магистерская диссертация и ее оформление.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	2,0 / 72	12	24	-	36
Форма промежуточной аттестации	зачет				

Наименование дисциплины (модуля)	Корпоративная культура
Цель изучения	Формирование у студентов комплекса основных понятий, составляющих основу управленческой деятельности с позиций корпоративной культуры, и системы необходимых для этого практических умений и навыков.
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> – ОК-1: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу – ОК-2: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения – ОК-3: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала – ОПК-2: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия – ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
Краткое содержание	<p>Феномен корпоративной культуры: организационные системы и структуры в организации; корпоративная культура и ее место в системе управления ресурсами организации.</p> <p>Формирование корпоративной культуры и ценностей: особенности формирования корпоративной культуры; влияние корпоративной культуры на управление персоналом организации.</p> <p>Диагностика и оценка корпоративной культуры: диагностика и оценка корпоративной культуры как основа управления ею.</p>

Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	20	40	-	84
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Маркетинг менеджмент предприятий сферы туризма				
Цель изучения	Получение студентами теоретических знаний и приобретение практических навыков принятия решений в области маркетинга менеджмента в сфере туризма.				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> - ПК-5: владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде - ПК-7: способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями - СК-2: владение навыками эффективного управления предприятиями туристско-рекреационной сферы региона 				
Краткое содержание	<p>Введение в маркетинг менеджмент. Процесс организации. Организационные отношения в маркетинг менеджмент. Маркетинг менеджмент в туризме. Характер и цели планирования. Стратегическое планирование. Формирование маркетинговых стратегий.</p> <p>Принятие управленческих решений. Управленческие структуры. Процесс производства.</p> <p>Реклама. Фирменный стиль предприятия сферы услуг и туризма.</p>				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	2,0 / 72	8	16	-	48
Форма промежуточной аттестации	<i>зачет</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Стратегический менеджмент в деятельности предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма				
Цель изучения	Формирование у студентов целостного представления о наборе инструментов и методов стратегического управления, освоение практических навыков принятия управленческих решений и анализа конкретных ситуаций, а также понимание и оценка состояния и динамики развития отрасли, в которой действует фирма, принимая во внимание ожидания ключевых лиц и групп и своевременная реакция на их запрос.				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> - ПК-2: способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию - ПК-3: способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач 				

	– СК-1: способность использовать современные технологии и методы управления на предприятиях гостиничной, курортной и туристкой деятельности				
Краткое содержание	<p>Понятие и модели стратегического менеджмента предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма. Методические вопросы проведения стратегического анализа предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма в современных условиях хозяйствования.</p> <p>Разработка стратегических управленческих решений в деятельности предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма. Экономическая стратегия предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма, характеристика ее составляющих. Стратегический анализ деятельности предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма. Процедура анализа и выбора стратегических позиций. Методы конкурентного анализа предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма. Процесс стратегического планирования. Реализация стратегии на уровне предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма. Учет рисков в стратегическом управлении развитием предприятий гостиничного, курортного хозяйства и туризма. Стратегический контроллинг.</p>				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	5,0 / 180	20	40	-	120
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Система сбалансированных показателей (ссп) в управлении предприятием				
Цель изучения	Освоение теоретических знаний в области системы сбалансированных показателей в управлении предприятием, приобретение умений применения на практике или в ситуациях, имитирующих эту деятельность, выработке практических умений и навыков построения моделей ССП в специализированном инструментарии, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.				
Компетенции	– ПК-4: способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения				
Краткое содержание	<p>Понятие, сущность и содержание системы сбалансированных показателей (ССП). Создание организации, ориентированной на стратегию. Разработка сбалансированной системы показателей. Внедрение ССП. Управление и сопровождение ССП. Использование IT-систем и программных комплексов при формировании ССП.</p>				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	3,0 / 108	12	24	-	72

Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				
Наименование дисциплины (модуля)	Международные бизнес-стратегии				
Цель изучения	Дать новые знания в сфере международных бизнес-стратегий, повысить уровень имеющихся знаний и усилить их прикладной характер, привить студентам теоретические и практические навыки реализации различных форм бизнес-стратегий, принятых в международной практике, на уровне страны, региона и фирмы.				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> - ОПК-2: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; - ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения; - ПК-5: владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. 				
Краткое содержание	<p>Международный бизнес: понятие, виды международного бизнеса, внешняя среда. Международные бизнес-стратегии как форма использования преимуществ международного разделения труда. Международный бизнес в системе международных экономических отношений.</p> <p>Международное предпринимательство: понятие, история, тенденции. Роль и передача технологий. Защита интеллектуальной собственности, инвестиции в человеческий капитал. Влияние политической среды на условия ведения международного бизнеса. Анализ культурной среды, этики и специальной ответственности в международном бизнесе.</p> <p>Международный бизнес в непроизводственной сфере мировой экономики Формирование глобальных бизнес систем. Транснациональные корпорации. Инновационная деятельность. Международные инвестиции.</p> <p>Международный бизнес в основных секторах экономики. Международная предпринимательская деятельность: природа, формы, специфика, роль.</p> <p>Международный финансовый бизнес и инвестиционные стратегии компании.</p> <p>Структура и развитие международных финансовых рынков как экономической среды для бизнеса. Стратегия развития международного финансового бизнеса.</p> <p>Международный торговый бизнес и договорные отношения.</p>				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	2,0 / 72	12	24	-	36
Форма промежуточной аттестации	<i>зачет</i>				

Наименование дисциплины	Управление туристскими дестинациями				
Цель изучения	Формирование у студентов представления о понятии «туристские дестинации», их типологии, об особенностях функционирования и управления туристическими дестинациями.				
Компетенции	– СК-2: владение навыками эффективного управления предприятиями туристско-рекреационной сферы региона				
Краткое содержание	Основные понятия и принципы функционирования туристической отрасли. Конкуренентоспособность туристской дестинации. Подходы к анализу поведения туристов. Менеджмент туристической дестинации. Прогнозирование спроса на туристские дестинации.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	2,0 / 72	8	16	-	48
Форма промежуточной аттестации	<i>зачет</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Оценка корпоративных рисков в гостиничной, курортной и туристской деятельности				
Цель изучения	Формирование у студентов профессиональных компетенций магистра в сфере управления корпоративными рисками в гостиничной, курортной и туристской деятельности путем овладения теоретическими знаниями, умениями и навыками их оценки.				
Компетенции	– СК-1: способность использовать современные технологии и методы управления на предприятиях гостиничной, курортной и туристской деятельности				
Краткое содержание	Сущностная характеристика корпоративных рисков. Понятие и характеристика риска в современной экономике. Неопределенность и ситуация риска. Основные черты и факторы риска. Классификация рисков. Понятие и виды корпоративных рисков Методология оценки корпоративных рисков. Процесс оценки рисков. Способы оценки степени риска. Методы анализа рисков. Показатели риска. Зоны риска. Методы оценки корпоративных рисков. Экспертные методы оценки рисков. Системная характеристика отдельных видов корпоративных рисков. Характеристика финансовых, банковских, инвестиционных и инновационных рисков субъектов гостиничной, курортной и туристской деятельности. Оценка рисков в малом бизнесе. Риски профессиональной деятельности и поведенческие риски субъектов гостиничной, курортной и туристской деятельности.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	3,0 / 108	20	40	-	48
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Конъюнктура рынка гостиничных, курортных и туристических услуг				
Цель изучения	Формирование у обучающихся знаний, умений и навыков в части методики изучения конъюнктуры и прогнозирования рынка гостиничных, курортных и туристических услуг, а также рынков отдельных ключевых товаров с использованием актуальных международных информационных источников и программ.				
Компетенции	– СК-2: владение навыками эффективного управления туристско-рекреационной сферой региона				
Краткое содержание	<p>Теоретические аспекты конъюнктуры рынка гостиничных, курортных и туристических услуг: понятие конъюнктуры рынка гостиничных, курортных и туристических услуг, цели и методы ее анализа; конъюнктурообразующие факторы на мировых товарных рынках; этапы исследования конъюнктуры рынка гостиничных, курортных и туристических услуг.</p> <p>Прикладные аспекты конъюнктуры рынка гостиничных, курортных и туристических услуг: система показателей конъюнктуры рынка гостиничных, курортных и туристических услуг; рыночная концентрация и монопольная власть; цели и направления исследования рынка гостиничных, курортных и туристических услуг; методы анализа рынка гостиничных, курортных и туристических услуг.</p> <p>Аналитические аспекты конъюнктуры рынка гостиничных, курортных и туристических услуг: анализ масштаба и потенциала рынка гостиничных, курортных и туристических услуг; методы определения емкости рынка гостиничных, курортных и туристических услуг; прогноз показателей конъюнктуры рынка гостиничных, курортных и туристических услуг.</p>				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	16	44	-	84
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Коммерческая деятельность на рынках гостиничных, курортных и туристических услуг				
Цель изучения	Освоение профессиональных компетенций, связанных со способностью комплексного и системного использования коммерческой деятельности с целью ее применения для эффективной деятельности и устойчивого развития гостиничного предприятия.				
Компетенции	– СК-2: владение навыками эффективного управления туристско-рекреационной сферой региона				
Краткое содержание	Сущность, содержание, роль маркетинга, маркетингового исследования в коммерческой деятельности гостиничного предприятия. Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью гостиничного предприятия. Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в гостиничном бизнесе.				

	<p>Организация, управление коммерческой деятельностью, гостиничный продукт и ценообразование. Организация и управление коммерческой деятельностью гостиничного предприятия. Гостиничный продукт, сущность и особенности проектирования и формирования продуктовой стратегии гостиничного предприятия. Ценообразование на рынках гостиничных, курортных и туристских услуг.</p> <p>Сбытовая стратегия, политика, продвижение гостиничных продуктов. Сбытовая стратегия и политика гостиничных предприятий. Продвижение гостиничных продуктов и услуг. Маркетинговые коммуникации, особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий.</p>				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	16	44	-	84
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Управление развитием региональных логистических систем объектов туриндустрии				
Цель изучения	Формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков в области регионального планирования развития виноградарства и виноделия в новых условиях хозяйствования.				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> - ПК-2: способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию - СК-2: владение навыками эффективного управления туристско-рекреационной сферой региона 				
Краткое содержание	<p>Теоретические основы управления развитием региональных логистических систем объектов туриндустрии: понятие, сущность и виды региональных логистических систем; региональный туризм как объект системного исследования; структуризация процесса проектирования региональной логистической системы туристского обслуживания; организация потоковых процессов в логистической системе туристского обслуживания; логистические связи регионального рынка в формировании региональной логистической системы туристского обслуживания.</p> <p>Методы и механизмы регионального планирования развития туризма: проектирование и организация региональной логистической системы туристского обслуживания; механизм управления функционированием региональной логистической системы туристского обслуживания.</p>				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	20	40	-	84
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Логистический менеджмент в туристско-рекреационной сфере				
Цель изучения	Изучение основных положений, категорий и закономерностей логистического менеджмента как современного научного направления, получение навыков в применении логистического подхода к управлению туристско-рекреационной сферой, осуществления логистического функционального управления ее ресурсным потенциалом.				
Компетенции	<ul style="list-style-type: none"> - ПК-2: способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию - СК-2: владение навыками эффективного управления туристско-рекреационной сферой региона 				
Краткое содержание	<p>Концепции и содержание логистического менеджмента, сущность логистических систем и подходов в оценке их функционирования. Место логистического менеджмента в системе понятий рыночной экономики. Основы логистического управления туристско-рекреационной сферой, принципы и задачи логистического менеджмента.</p> <p>Традиционные и развивающиеся концепции логистического менеджмента, показатели эффективности управления логистической системой и методы ее определения. Технологии оптимизации управления ресурсным потенциалом туристско-рекреационной сферы, способы проведения логистического аудита, определение оптимальной структуры службы логистики и ее подразделений.</p>				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	20	40	-	84
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Региональное планирование развития туризма				
Цель изучения	Формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков в области регионального планирования развития виноградарства и виноделия в новых условиях хозяйствования.				
Компетенции	- СК-2: владение навыками эффективного управления туристско-рекреационной сферой региона				
Краткое содержание	<p>Теоретические основы регионального планирования развития туризма: основы системы регионального управления; региональная экономическая диагностика и мониторинг развития туризма; эффективность регионального планирования развития туризма.</p> <p>Методы и механизмы регионального планирования развития туризма: методы и инструменты регионального планирования развития туризма; программно-целевой подход, стратегическое планирование и прогнозирование регионального развития туризма; межрегиональные связи и взаимодействия в развитии туризма.</p>				

Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	2,0 / 72	12	36	-	34
Форма промежуточной аттестации	зачет				

Наименование дисциплины (модуля)	Ресурс-менеджмент в туризме				
Цель изучения	Формирование у студентов профессиональной компетенции магистра в области управления ресурсами в сфере туризма путем овладения теоретических основ формирования и принципов размещения туристских ресурсов Российской Федерации и мира.				
Компетенции	– СК-2: владение навыками эффективного управления туристско-рекреационной сферой региона				
Краткое содержание	Теоретические основы управления ресурсами в туристской сфере. Предмет и задачи ресурс-менеджмента в туризме. Принципы классификации и размещения туристских ресурсов. Основные организационные и управленческие функции, связанные с использованием ресурсов. Принципы и задачи ресурс-менеджмента в туризме. Классификация туристских ресурсов как основа формирования эффективной системы ресурс-менеджмента. Анализ управленческих процессов в современной туристской организации с точки зрения имеющихся ресурсов. Формирование структуры системы управления ресурсами предприятий и организаций туристской сферы. Процессы управления ресурсами и оценка ситуации, принятие управленческих решений в сфере эффективного использования ресурсов. Эффективность и качество ресурс-менеджмента в туризме.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	2,0 / 72	12	36	-	34
Форма промежуточной аттестации	зачет				

Наименование дисциплины (модуля)	B2B маркетинг в сфере туризма				
Цель изучения	Формирование современного маркетингового мышления, накоплению и систематизации знаний, приобретению компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке и практическом применении современных концепций, методов и моделей B2B маркетинга				
Компетенции	– СК-2: владение навыками эффективного управления туристско-рекреационной сферой региона				
Краткое содержание	Введение в маркетинг B2B. Структура, особенности и тенденции развития рынков B2B. Среда маркетинга B2B. Процессы закупок. Поведение покупателей товаров и услуг на рынках B2B. Сегментирование и				

	позиционирование на рынках B2B. Информационная система маркетинга. Маркетинговые исследования на рынках B2B. Стратегический маркетинг в организациях, работающих на рынках B2B. Товарная политика на рынках B2B в сфере туризма. Роль маркетинга в инновационном развитии бизнеса, в создании и выведении на рынок новых товарных предложений. Цены и ценообразование на рынках B2B. Маркетинговые каналы на рынках B2B. Маркетинговые коммуникации на рынках B2B в сфере туризма.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	20	52	-	72
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				

Наименование дисциплины (модуля)	Теория и практика современного брендинга в туризме				
Цель изучения	Формирование у студентов системы знаний по основам теории и практики брэндинга в туризме, современным тенденциям развития российского и западного брендинга.				
Компетенции	– СК-2: владение навыками эффективного управления туристско-рекреационной сферой региона				
Краткое содержание	Понятие бренда. Структура и разновидности. Модели и атрибуты бренда. Коммуникативные, семиотические и социально-психологические аспекты брендинга. Бренд в маркетинге. Брендинг: основные мероприятия и оценка эффективности. Управление брендом. Место и значение организационной / корпоративной культуры в укреплении позиции бренда. Бренд и брендинг: условия и возможность (позиции отечественных и зарубежных практиков). Особенности брендинга на туристических предприятиях.				
Трудоемкость	Количество з.е./ часов	Лекции	Практические занятия (при наличии)	Лабораторные занятия (при наличии)	Самостоятельная работа
	4,0 / 144	20	52	-	72
Форма промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>				