

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
Высшая школа гостеприимства

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Шифр: 43.04.01  
Направление подготовки: Сервис  
Профиль: «Формирование и развитие сервисных организаций »

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Калининград  
2023

<p><b>АННОТАЦИЯ</b>  рабочей программы дисциплины  «Брендинг территории»  по направлению подготовки 43.04.01 «Сервис»  профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций»  квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	сформировать компетенции в области разработки и продвижения бренда территории с целью повышения конкурентоспособности региона на внутреннем и международном рынке услуг
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-4 Способен проектировать и осуществлять руководство процессом проектирования услуг, сервисных продуктов и систем сервиса
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-4.1 Демонстрирует навыки проектирования услуг и сервисных продуктов ПК-4.2 Организует процесс проектирования услуг и сервисных продуктов ПК-4.3 Демонстрирует умение управления проектами в сфере услуг
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - научные подходы к брендингу территорий; - место территориального брендинга в системе продвижения региона; -инструменты территориального брендинга. Уметь: осуществлять анализ потенциала территории и формировать на его основе бренд региона Владеть: навыками эффективного управления инструментами геобрендинга для повышения общей конкурентоспособности территории
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Территориальный брендинг в системе стратегий маркетинга территорий Тема 2. Геобрендинг как инструмент развития региона (на примере сферы сервиса и туризма).
Разработчики	Анохин Алексей Юрьевич, кандидат педагогических наук, доцент; Митрофанова Анна Владимировна, кандидат географических наук, доцент
<p><b>АННОТАЦИЯ</b>  рабочей программы дисциплины  «Государственное частное партнерство и муниципальное частное партнерство в сервисной экономике»  по направлению подготовки 43.04.01 «Сервис»  профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций»  квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	сформировать компетенции в области государственного частного партнерства и муниципального частного партнерства в сервисной экономике
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий ПК-1 Способен формировать стратегии развития и продвижения сервисной организации, прогнозировать, обосновывать и управлять проектами и программами развития предприятий в сфере сервиса на конкурентных рынках

Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход; УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации; ПК-1.1 Формирует конкурентные стратегии развития и продвижения сервисной организации; ПК-1.2 Прогнозирует и планирует развитие организации, ее продвижения на рынках в меняющихся условиях; ПК-1.3 Осуществляет управление проектами, ресурсами и доходами предприятий в сфере сервиса.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - цели, задачи и инструменты государственного и муниципального регулирования развития предприятий сервисной экономики; - подходы отечественных и зарубежных ученых к вопросу государственного и муниципального регулирования. Уметь: - осуществлять критический анализ потенциала развития территории и предлагать мероприятия, направленные на развитие приоритетных направлений сервисной экономики; - разрабатывать эффективную стратегию управления качеством услуг предприятий сферы сервиса на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления. Владеть: - навыками эффективного управления развитием сферы сервисной экономики; - навыками разработки проектов государственного частного и муниципального частного партнерства в сервисной экономике
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Понятие, цели и методы государственного частного и муниципального частного партнерства. Тема 2. Государственное и муниципальное управление развитием сервисной экономикой. Тема 3. Государственное частное партнерство и муниципальное частное партнерство в сервисной экономике.
Разработчики	Митрофанова Анна Владимировна, кандидат географических наук, доцент
<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Интеллектуальные цифровые технологии в сфере сервиса» по направлению подготовки 43.04.01 Сервис профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в сфере сервиса; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для сервиса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет-маркетинга для организации продаж услуг сервиса.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1: Способен формировать технологическую концепцию сервисных организаций, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере сервиса
Результаты освоения	ОПК-1.1: Знает методы формирования технологической концепции организаций сферы сервиса

образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.2: Определяет меры по внедрению технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса ОПК-1.3: Демонстрирует умение работать с основными с программными продуктами в профессиональной сфере
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методы формирования технологической концепции организаций сферы сервиса. Уметь: определять меры по внедрению технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса. Владеть: основными программными продуктами в профессиональной сфере.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие «информационная система». Роль информационных систем в современном мире.</li> <li>2. Этапы и тренды развития информационных технологий в сфере сервиса. Перспективные направления информатизации сферы сервиса.</li> <li>3. Понятие «стратегия фирмы». Каким образом информационные технологии могут оказывать влияние на стратегию сервисной организации?</li> <li>4. Конкуренция на рынке услуг сервиса и взаимосвязь между конкурентоспособностью и информационными технологиями.</li> <li>5. Интернет-технологии в сервисе: этапы и основные направления взаимодействия, перспективные тенденции.</li> <li>6. Электронная коммерция в сфере сервиса.</li> <li>7. Современные Интернет-ресурсы для бизнеса в сфере сервиса.</li> <li>8. Системы управления сайтами (CMS-системы).</li> <li>9. Применение Web-сервисов в сфере сервиса. Системы online-бронирования.</li> <li>10. Возможности использования социальных сетей в бизнесе в сфере сервиса.</li> <li>11. Мировая и российская практика использования социальных сетей в сервисе.</li> <li>12. Понятия «рекомендательная система». Роль рекомендательных систем в современном бизнесе сферы сервиса.</li> <li>13. Взаимосвязь рекомендательных систем и социальных сетей в сервисе. Основные тенденции развития рекомендательных и поисковых систем для бизнеса в сфере сервиса.</li> <li>14. Информационно-поисковые системы.</li> <li>15. Современные мобильные платформы. Мобильные приложения для сервиса: основные особенности, практики использования.</li> <li>16. Мобильные приложения для сервиса: архитектура и технологии.</li> <li>17. Понятие «business intelligence» и «BI-система». Методы анализа и прогнозирования в бизнесе в сфере сервиса.</li> <li>18. Системы поддержки принятия решений в бизнесе сферы сервиса.</li> <li>19. Методы продвижения услуг сервиса в Интернет: основные особенности, преимущества, эффективность.</li> <li>20. Средства WEB-аналитики. Интернет-маркетинг услуг сервиса.</li> <li>21. Какие основные задачи стоят перед digital-маркетингом в независимой и сетевой сервисной организации?</li> <li>22. Какие маркетинговые методы используются для реализации digital-маркетинга?</li> <li>23. С помощью каких инструментов аналитики можно оценить эффективность digital-маркетинга?</li> <li>24. Что включает в себя комплексная маркетинговая стратегия?</li> </ol>

	<p>25. Какие основные инструменты digital-маркетинга могут применяться в сервисной организации?</p> <p>26. Какие параметры работы с аналитикой можно выделить?</p> <p>27. Какие инструменты digital-маркетинга могут применяться в разных типах сервисных организаций?</p> <p>28. Каковы алгоритмы внедрения digital-стратегии в сервисных организациях?</p> <p>29. Понятие эффективности digital-маркетинга в сервисной организации.</p> <p>30. Какие инструменты можно использовать для оценки эффективности digital- маркетинга в сервисных организациях?</p> <p>31. Какие функции выполняет специалист по digital-маркетингу в сервисной организации?</p> <p>32. Какие основные требования к знаниям и компетенциям специалиста по digital-маркетингу?</p> <p>33. Какие методы контроля специалиста по digital-маркетингу в сервисной организации существуют?</p> <p>34. Какие функции и возможности CRM-системы в работе сервисной организации?</p>
Разработчики	Цеслик Кирилл Николаевич, ст. преп.
<p><b>АННОТАЦИЯ</b>  рабочей программы дисциплины  «Кризисный менеджмент в сервисной деятельности»  по направлению подготовки 43.04.01 «Сервис»  профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций»  квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины:
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2 Способен осуществлять стратегическое управление
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Формулирует направления деятельности по реализации ОПК-1.2 Использует основные методы и приемы анализа ОПК-1.3 Определяет виды работ по организационной диагностики и организационному проектированию деятельности организаций ОПК-1.4 Осуществляет стратегический контроль деятельности организаций в сфере сервиса
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-природу кризисных явлений социально-экономическом развитии,</li> <li>-принципы кризисного менеджмента,</li> <li>-основные черты и содержание сложившейся в России системы банкротства в отношении сервисных организаций,</li> <li>-особенности антикризисной стратегии,</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-анализировать деятельность сервисной организации с точки зрения её устойчивости к кризисам,</li> <li>-диагностировать признаки банкротства предприятий,</li> <li>-использовать инструменты и методы кризисного менеджмента,</li> <li>- использовать нормативные и правовые документы по вопросам антикризисного управления,</li> </ul>

	<p>Владеть:  -методами реализации основных управленческих функций на предприятии в период кризиса,  -навыками разработки основных положений антикризисной стратегии организации в сфере бизнеса</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие, причины, виды кризисов сервисных организаций</li> <li>2. Система банкротства</li> <li>3. Диагностика и прогнозирование кризисов</li> <li>4. Антикризисная стратегия и оздоровление сервисных организаций</li> </ol>
Разработчики	Сафонова И.Ю., канд. экон. наук, доцент.
<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Маркетинг сервисной деятельности» по направлению подготовки 43.04.01 Сервис профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций » квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов знания в сфере маркетинга сервисной деятельности, особенностях применения маркетинговых стратегий для развития рынка сервисных услуг, а также формирование у студентов знания об основных понятиях в области продаж в индустрии сервиса, об основных способах и направлениях продаж, содержания и особенностях их реализации, сущности и их специфики.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-3.1 Демонстрирует знание методов формирования команды и управления командной работой</p> <p>УК-3.2 Разрабатывает и реализует командную стратегию в групповой деятельности для достижения поставленной цели</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: теоретические основы современного маркетинга с учетом передового отечественного и зарубежного опыта; структуру процесса продажи, ее экономические и психологические компоненты; теоретические основы проектирования функциональных процессов сервисных организаций на основе применения современных технологий;</p> <p>Уметь: решать задачи, активно использовать и применять теоретические знания, отвечая на конкретные вопросы; использовать знание принципов организационного построения сервисных организаций и технологии оказания услуг для формирования и предоставления сервисных услуг, соответствующих запросам потребителей;</p> <p>Владеть: информацией о современном развитии маркетинга в сфере сервиса</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Маркетинг организаций сферы сервиса. Маркетинговая среда предприятия и выбор маркетинговой стратегии развития гостиницы. Сегментация и позиционирование сервисных услуг</p> <p>Маркетинговые исследования в бизнесе сферы сервиса</p> <p>Разработка нового сервисного продукта. Внутренний маркетинг сервисной организации.</p> <p>Ценовая стратегия и тактика предприятий сервисного бизнеса.</p> <p>Введение в технологию продаж услуг предприятия сферы сервиса.</p>

	<p>Реализация сервисных услуг: участники, способы и методы реализации услуг.</p> <p>Формирование ценности сервисных услуг в процессе продажи</p> <p>Взаимодействие потребителей сервисных услуг</p>
Разработчики	Семенова Людмила Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент.
<p><b>АННОТАЦИЯ</b></p> <p>рабочей программы дисциплины</p> <p>«Маркетинговые стратегии и программы предприятий сферы сервиса»</p> <p>по направлению подготовки 43.04.01 Сервис</p> <p>профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций »</p> <p>квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по разработке маркетинговой стратегии сервисной организации, знакомство студентов с основными инструментами маркетинга, которые используются международными и российскими компаниями для разработки стратегий, направленных на овладение рынком и получение необходимой прибыли.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций в сфере сервиса</p> <p>ОПК-5 Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ОПК-4.1 Применяет технологии маркетинговых исследований рынка в сфере сервиса</p> <p>ОПК-4.2 Формулирует основные направления работ по разработке маркетинговых стратегий и программ предприятий в сфере сервиса</p> <p>ОПК-4.3 Понимает технологии внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций, в том числе с использованием возможностей сети Интернет</p> <p>ОПК-5.1 Определяет основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на состояние и перспективы развития организаций в сфере сервиса</p> <p>ОПК-5.2 Обосновывает основные направления работ по разработке и внедрению экономической стратегии организаций</p> <p>ОПК-5.3 Оценивает экономическую эффективность управленческих решений по разработке и внедрению экономической стратегии организаций в сфере сервиса</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>альтернативы стратегий развития сервисных организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные информационные тех-нологии управления бизнес-процессами сервисных организа-ций;</li> <li>– содержание маркетинговой кон-цепции управления сервисной ор-ганизацией;</li> <li>– основные понятия теории управ-ления маркетингом;</li> <li>– основы стратегического и опера-тивного планирования;</li> <li>– структуру маркетингового ком-плекса сервисной организации;</li> <li>– методы оценки и контроля ре-зультатов маркетинговой деятель-ности;</li> <li>– порядок проведения работ по разработке стратегии маркетинга.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– управлять развитием сервисной организации и осуществлять ана-лиз и разработку маркетинговой стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить количественное про-гнозирование и моделирование управления бизнес-процессами;</li> <li>– использовать информацию, по-лученную в результате маркетин-говых исследований находить ор-ганизационно-управленческие ре-шения и нести за них ответствен-ность осуществлять деловое обще-ние: публичные выступления, пе-реговоры, проведение совещаний; деловую переписку, электронные коммуникации;</li> <li>– ставить и решать задачи страте-гического маркетинга;</li> <li>– разрабатывать маркетинговые планы и проекты;</li> <li>– разрабатывать основные бизнес-процессы сервисной организации, связанные с маркетинговой дея-тельностью;</li> <li>– планировать сбытовые операции; оценивать рентабельность меро-приятий по стимулированию сбы-та;</li> <li>– управлять распределением това-ра;</li> <li>– оценивать эффективность прово-димых мероприятий по продвиже-нию сервисных услуг.</li> </ul> <p>Владеть: – методологией и мето-дикой проведения научных иссле-дования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методикой построения организа-ционно-управленческих моделей;</li> <li>– информационными технология-ми для прогнозирования и управ-ления бизнес-процессами;</li> <li>– различными способами разреше-ния конфликтных ситуаций;</li> <li>– способностью оценивать условия и последствия принимаемых орга-низационно-управленческих ре-шений;</li> <li>– способностью участвовать в раз-работке стратегии сервисной орга-низаций, планировать и осуществ-лять мероприятия, направленные на ее реализацию;</li> <li>– методами принятия тактических и оперативных решений в управ-лении маркетинговой деятельно-стью сервисной организации</li> </ul>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Основные понятия стратегического маркетинга  Функции и основные цели маркетинга.  Маркетинговая среда сервисной организации.  Сегментирование и выбор целевых рынков. Позиционирование.  Стратегии создания конкурентных преимуществ.  Товарная и ассортиментная стратегии предприятия  . Сбытовая стратегия предприятия.  Стратегия маркетингового ценообразования..  Интегрированные маркетинговые коммуникации  Международные маркетинговые стратегии</p>
Разработчики	Гужова Виктория Федоровна, кандидат технических наук, старший преподаватель ОНК «Институт управления и территориального развития»
<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Менеджмент в сервисной деятельности» по направлению подготовки 43.04.01 Сервис профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: сформировать системные профессиональные знания, квалификационные умения и навыки управления организациями индустрии сервиса на основе изучения современных принципов, методов и функций управления

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-3.1. Демонстрирует знание методов формирования команды и управления командной работой УК-3.2. Разрабатывает и реализует командную стратегию в групповой деятельности для достижения поставленной цели
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: сущность управленческой деятельности, особенности групповых методов принятия решений; наиболее важные аспекты сервисного менеджмента, влияющего на коммуникации и деловое общение Уметь: определять цели и формировать стратегии развития организации с учетом командного принципа; выстраивать варианты деловых коммуникаций, учитывая особенности сервисной деятельности Владеть: современным инструментарием формирования внутренних и внешних коммуникаций предприятий сферы сервисной деятельности; инструментами и методами реализации основополагающих функций менеджмента
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Основы сервисного менеджмента. Ключевые закономерности развития сервисных организаций.</p> <p>Революция услуг и смена управленческих парадигм Парадигмы менеджмента и смена парадигм. Характеристики услуг и их влияние на практику менеджмента. Временные условия осуществления сервисной деятельности, логистические факторы развития практики менеджмента. Проблемы оценки качества сервисной деятельности.</p> <p>Инструменты менеджмента для принятия управленческих решений в сервисной деятельности</p> <p>Функции управленческих решений в методологии и организации процесса менеджмента. Основные этапы разработки рациональных решений. Методы диагностики ситуации. Система ограничений и критериев при РУР. Экспертные методы и интеллект-картирование: возможности применения в сервисной деятельности</p> <p>Проектирование эффективного сервисного менеджмента. Функции менеджмента в системе управления в сервисных организациях Система воздействия внешних факторов на планирование деятельности сервисной компании. Необходимость ситуационного планирования деятельности компании. Методы межфункциональной координации в сервисном менеджменте. Многокритериальность менеджмента сервисной организации: содержание и источники межфункциональных конфликтов. Методы и направления внутриорганизационной координации. Ключевые кадровые процессы в сервисной организации. Сущность контроля в организации. Оценка процесса как результата оказания услуги. Оценка поведения персонала и субъективность в восприятии услуг.</p> <p>Специфика менеджмента в различных видах сервисной деятельности</p> <p>Особенности применения инструментов менеджмента в отдельных видах сервисной деятельности: бытовые услуги, услуги грузового и пассажирского транспорта, связи, жилищно-коммунальные услуги, услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги, услуги физической культуры и спорта, медицинские, санаторно-оздоровительные услуги, правовые. Кейсы успешных/провальных решений и стратегий в конкретных компаниях по видам сервисной деятельности</p>

Разработчики	Бородавкина Н.Ю., к.э.н, доцент
<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Организация бизнес-процессов в сервисной экономике» по направлению подготовки 43.04.01 «Сервис» профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: формирование конкурентоспособного специалиста, адаптированного к реальным условиям экономического развития сервисных услуг, а также профессиональная подготовка магистранта к оценке и организации процессов бизнес-планирования в сервисной экономике.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в избранной профессиональной сфере
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-3.1 Разрабатывает и внедряет в организациях основные положения системы менеджмента качества в соответствии с международными стандартами качества, в том числе ИСО 9000, интегрированные системы ОПК-3.2 Оценивает качество оказания услуг в сфере сервиса в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов в избранной профессиональной сфере
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: теоретические основы и закономерности развития сервисной экономики и систему основных показателей качества сервисных услуг. Уметь: анализировать, прогнозировать и оценивать результаты сервисной деятельности на рынке услуг при внедрении новых продуктов и услуг. Владеть: методами и инструментарием анализа, оценки факторов успешности реализации проектов по повышению качества услуг на основе анализа проблемной ситуации и организации системы управления качеством.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Процессы в бизнес-планировании: проектирование, разработка и практическая реализация проектов по повышению качества сервисных услуг. Тема 2. Управление бизнес процессами на всех стадиях жизненного цикла продукта. Оценка потенциала рынка и стратегия выхода на рынок сервисных услуг.
Разработчики	Корнеевец В.С.
<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Организация и регулирование малого и среднего предпринимательства в сервисе» по направлению подготовки 43.04.01 «Сервис» профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	является формирование у магистрантов комплексных знаний организационных основ и аспектов государственного регулирования малого предпринимательства как особой формы экономической активности при ведении бизнеса в сфере сервиса. В результате освоения курса студенты получают системное современное представление о предпринимательской деятельности как процессе, направленном на непрерывный поиск изменений в потребностях, спросе потребителей на продукцию и услуги. Также целью изучения дисциплины выступает формирование целостного представления о

	современных концепциях и принципах ведения малого и среднего бизнеса в сервисной деятельности с учетом особенностей сложившейся российской бизнес среды.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий ПК-3 Способен формировать стратегии развития и продвижения сервисной организации, прогнозировать, обосновывать и управлять проектами и программами развития предприятий в сфере сервиса на конкурентных рынках
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1 Способен анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. УК-1.2 Способен определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектировать процессы по их устранению УК-1.3 Способен критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой информацией из разных источников УК-1.4 - Способен разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и подходов ПК-3.1. Способен разрабатывать стратегии развития всех видов деятельности предприятий сервиса 3.2. Способен на основе специальных инструментов анализа разрабатывать проекты продвижения предприятия на конкурентных рынках 3.3. Способен управлять программами развития предприятия в сфере сервиса
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: нормативно -правовые основы организации предпринимательской деятельности. Организационные формы предпринимательства и критерии их условия их реализации. инструменты системного анализа. экономические и правовые аспекты предпринимательства в сервисной деятельности; основы сервисологии; теоретических основ планирования и организации проектов в сервисе; основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса; основы функционирования экономики сферы сервиса; Уметь: Выявлять проблемные ситуации и планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия сервиса на основании бухгалтерской отчетности; прогнозировать спрос и предложения на услуги, планировать издержки и финансовые результаты деятельности предприятий сервиса; проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя; организовать процесс сервиса; применять методики психодиагностики: экспресс диагностика потребностей, мотивов, целей потребителя, выделять главные психологические особенности потребителя; обосновывать выбор бизнес-идеи на основе анализа конкурентной среды, конъюнктуры рынка с учетом требований потребителя Владеть: навыками менеджмента в сервисе; анализа поведения потребителей; формирования и продвижения сервисных услуг, соответствующих запросам потребителей; методами и инструментами экономического анализа сервисного предприятия; менеджмента в сервисе; сбора и подготовки аналитических данных по сервисным сферам экономики; методами организации и управления сферой

	<p>рекреации и санаторно-курортных комплексов; способностью работы в коллективе; приемами планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса; методами проведения маркетинговых исследований в сервисе; стратегии обновления ассортимента товаров и услуг; формулирования и обоснования бизнес идеи</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Сущность предпринимательской деятельности в современной экономической практике. Правовое регулирование предпринимательской деятельности. Формы и виды предпринимательской деятельности. Индивидуальное предпринимательство Малое предпринимательство. Франчайзинг как форма организации малого предприятия          Организация управления: организация; нормирование ;планирование; координация;          мотивация; контроль; регулирование. Управление производством          Управление инновациями (нововведениями) Управление маркетингом и сбытом готовой сервисной продукции Управление кадрами          Управление финансами. Маркетинг и его сущность. Принципы и функции маркетинга. Анализ рынка и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Источники маркетинговой информации .Основные инструменты маркетинговых исследований. Элементы маркетинга. Сбытовая политика фирмы. Политика ценообразования. Реклама как основной двигатель торговли. Способы ведения конкурентной борьбы. Условия конкурентоспособности компании.          Государственная политика РФ в области малого предпринимательства. Особенности малого предпринимательства в России. Преимущества и недостатки малого предприятия в конкретных условиях.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>к.э.н. доц. Алиева И.А.</p>
<p><b>АННОТАЦИЯ</b>          рабочей программы дисциплины          «Проектирование услуг и сервисных продуктов»          по направлению подготовки 43.04.01 Сервис          профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций»          квалификация выпускника магистр</p>	
<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>Формирование способности создания технологической концепции сервисной организации, организации внедрения технологических новаций и программного обеспечения в сфере сервиса</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</p>	<p>ОПК-1: Способен формировать технологическую концепцию сервисных организаций, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере сервиса</p>
<p>Результаты освоения образовательной программы (ИДК)</p>	<p>ОПК-1.1: Знает методы формирования технологической концепции организаций сферы сервиса          ОПК-1.2: Определяет меры по внедрению технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса          ОПК-1.3: Демонстрирует умение работать с основными с программными продуктами в профессиональной сфере</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знать: Методы формирования технологической концепции организаций сферы сервиса          Уметь: Работать с основными с программными продуктами в профессиональной сфере</p>

	Владеть: Инструментами внедрения технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса
Краткая характеристика учебной дисциплины	Функция целевого потребителя в проектировании услуг Цепочка создания ценности Критерии оценки эффективности услуги или сервисного продукта
Разработчики	Долгая Ангелина Алексеевна, к.э.н., МВА, доцент
<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Стратегии развития сервисных компаний на конкурентных рынках» по направлению подготовки 43.04.01 Сервис профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: формирование у студентов знаний и практических навыков в области разработки и реализации стратегии, направленной на повышение конкурентоспособности сервисных компаний в условиях неопределенности внешней среды
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1. Способен формировать стратегии развития и продвижения сервисной организации, прогнозировать, обосновывать и управлять проектами и программами развития предприятий в сфере сервиса на конкурентных рынках
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-1.1. Формирует конкурентные стратегии развития и продвижения сервисной организации ПК-1.2. Прогнозирует и планирует развитие организации, ее продвижения на рынках в меняющихся условиях
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методы и инструменты стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности Уметь: применять методы и инструменты разработки стратегических решений в организации Владеть: навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегий сервисных компаний, направленных на обеспечение конкурентоспособности на меняющихся рынках
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Анализ отрасли и конкуренции: основные инструменты и методы.</p> <p>Понятие отрасли. Основные характеристики отрасли. Этапы жизненного цикла отрасли (бизнеса). Оценка положения компании и ключевых конкурентов в отрасли. Модель пяти конкурентных сил М. Портера. Источники силы и степень влияния на фирму клиентов и поставщиков. Факторы противодействия.</p> <p>Оценка степени конкуренции в отрасли. Оценка входных и выходных барьеров в отрасли, опасность появления новых конкурентов. Вероятность появления товаров-субститутов, степень их влияния на развитие компании.</p> <p>Формирование отношений с группами влияния: игнорирование, борьба, приспособление, уступка, уход.</p> <p>Отраслевые ключевые факторы успеха сервисных компаний, конкурентные преимущества</p> <p>Идентификация отраслевых ключевых факторов успеха.</p> <p>Концепция устойчивого конкурентного преимущества. Источники конкурентного преимущества: создание уникального торгового предложения, создание инноваций, эффективное лидерство, создание бренда.</p> <p>Анализ состояния отрасли: стадия жизненного цикла отрасли, структура отрасли, характеристика каждой из пяти конкурентных сил,</p>

	<p>действующих в отрасли, масштабы деятельности конкурентов. Обоснование особенностей конкурентных стратегий в новой отрасли, на растущих рынках, в зрелых отраслях, застойных и затухающих отраслях</p> <p>Эталонные (базовые) стратегии «Эталонные» корпоративные стратегии. Стратегии концентрированного роста: улучшение позиции на рынке, развитие продукта, развитие рынка. Стратегии интегрированного роста: вертикальная и горизонтальная интеграция. Стратегии диверсифицированного роста: концентрическая, горизонтальная и конгломеративная диверсификация. Стратегии сокращения: сокращение издержек, отторжение, ликвидация. Стратегии комбинированного роста. Модель И. Ансоффа, оценка стратегических альтернатив.</p> <p>Конкурентные стратегии бизнес-единиц и «цепочка ценностей» М. Портера</p> <p>Критерии выделения в структуре компаний бизнес-единиц. Модель конкурентных стратегий М Портера: лидерство по издержкам, широкая дифференциация, фокусирование по издержкам или по дифференциации, оптимальные издержки. «Цепочка ценностей» М. Портера и обоснование конкурентных стратегий. Концепция стратегического управления затратами.</p> <p>Портфельные стратегии Портфельные стратегии диверсифицированных сервисных компаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- матрица БКГ: доля на рынке - темп роста рынка;</li> <li>- модель GE/McKinsey: сравнение привлекательности рынка и конкурентоспособности;</li> <li>- модель ADL/LC: анализ жизненного цикла отрасли.</li> </ul>
Разработчики	Бородавкина Н.Ю., к.э.н, доцент
<p><b>АННОТАЦИЯ</b></p> <p>рабочей программы дисциплины «Стратегии и технологии продвижения бизнеса» по направлению подготовки 43.04.01 Сервис профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций » квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	формирование знаний и практических навыков, необходимых для решения маркетинговых задач по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, наилучшим образом отвечающим потребностям клиентов и потенциальных покупателей.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1 Способен формировать стратегии развития и продвижения сервисной организации, прогнозировать, обосновывать и управлять проектами и программами развития предприятий в сфере сервиса на конкурентных рынках
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ПК-1.1 Формирует конкурентные стратегии развития и продвижения сервисной организации</p> <p>ПК-1.2 Прогнозирует и планирует развитие организации, ее продвижения на рынках в меняющихся условиях</p> <p>ПК-1.3 Осуществляет управление проектами, ресурсами и доходами предприятий в сфере сервиса</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: подходы к разработке стратегии поведения предприятий сферы сервиса (экономических агентов) на различных рынках</p> <p>Уметь: разрабатывать стратегии поведения сервисных предприятий на различных рынках</p> <p>Владеть: навыками разработки стратегии поведения сервисных предприятий и технологиями их продвижения на различных рынках</p>

Краткая характеристика учебной дисциплины	Современные маркетинговые технологии: сущность, особенности и виды Аналитический маркетинг: методы анализа и аудита Маркетинговые стратегии развития бизнеса Технологии digital-маркетинга в бизнесе Технологии малобюджетного маркетинга Маркетинговые метрики в управлении бизнесом
Разработчики	Гужова Виктория Федоровна, кандидат технических наук, старший преподаватель ОНК «Институт управления и территориального развития»
<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Стратегическое планирование и проектирование социально-экономического развития регионов и муниципальных образований» по направлению подготовки 43.04.01 «Сервис» профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	формирование компетенций в области стратегического планирования и проектирования социально-экономического развития регионов и муниципальных образований.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-5: Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений ОПК-6: Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-5.1: Определяет основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на состояние и перспективы развития организаций в сфере сервиса ОПК-5.2: Обосновывает основные направления работ по разработке и внедрению экономической стратегии организаций ОПК-5.3: Оценивает экономическую эффективность управленческих решений по разработке и внедрению экономической стратегии организаций в сфере сервиса ОПК-6.1: Демонстрирует навыки планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности ОПК-6.2: Применяет подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - Основные инструменты стратегического планирования и проектирование социально-экономического развития регионов и муниципальных образований; - отечественные и зарубежные подходы к проектированию социально-экономического развития территории. Уметь: - осуществлять анализ потенциала социально-экономического развития территорий, делать прогноз развития региона на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективу; - применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований для планирования и прогнозирования социально-экономического развития территории.

	<p>Владеть: - навыками обоснования управленческих решений по разработке и внедрению социально-экономической стратегии развития территории;</p> <p>- навыками стратегического мышления и разработки плана мероприятий по развитию приоритетных направлений социально-экономического развития регионов и муниципальных образований.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Раздел 1. Управление пространственным развитием регионов (региональная политика и теория пространственного развития).</p> <p>Раздел 2. Трехуровневая система управления территорией: муниципальный, региональный и общегосударственный уровни.</p> <p>Раздел 3. Управление развитием территорий в Российской Федерации (правовые проблемы).</p> <p>Раздел 4. Проектный метод в управлении территориями.</p>
Разработчики	<p>Кропинова Елена Геннадиевна, доктор географических наук, профессор,</p> <p>Митрофанова Анна Владимировна, кандидат географических наук, доцент</p>
<p><b>АННОТАЦИЯ</b>  рабочей программы дисциплины  «Технологии и управление сервисной средой в рекреационной экономике»  по направлению подготовки 43.04.01 Сервис  профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций »  квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	<p>формирование системы знаний о рекреации, методах управления ей и ее значении в жизни человека и общества, рекреационных потребностях и соответствующих им форм рекреационной деятельности.</p> <p>Формирование у обучающихся знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций и обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.</p>
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p> <p>ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в избранной профессиональной сфере</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход</p> <p>УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации</p> <p>ОПК-3.1 Разрабатывает и внедряет в организациях основные положения системы менеджмента качества в соответствии с международными стандартами качества, в том числе ИСО 9000, интегрированные системы</p> <p>ОПК-3.2 Оценивает качество оказания услуг в сфере сервиса в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов в избранной профессиональной сфере</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>человека и общества и условия их формирования;</p> <p>- виды рекреационной деятельности и соответствующие им рекреационные ресурсы;</p> <p>– структуру рекреационной системы и взаимодействие ее компонентов;</p> <p>- систему государственного регулирования рекреации и туризма и охрану рекреационных ресурсов, основы менеджмента и маркетинга рекреационных и туристских услуг;</p>

	<p>- особенности организации и функционирования рекреационных систем на различных территориях.</p> <p>Уметь: - описывать факторы развития туризма и рекреации различных территориальных рекреационных систем РФ;</p> <p>- строить модель функционирования рекреационной системы;</p> <p>- разрабатывать концепции развития туризма и рекреации с учетом территориальных особенностей.</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками моделирования рекреационной деятельности;</p> <p>- навыками оценки рекреационных ресурсов, туристской освоенности и перспектив развития туризма в различных регионах.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Введение в Рекреологию. Основные понятия. Рекреационная культура. Рекреационная деятельность. Рекреационные учреждения. Управление в сфере рекреации и туризма. Нормативно– правовое обеспечение. Реестр. Кадастр. Понятия «рекреационная система» и «территориальная рекреационная система». Рекреационный каркас территории. Принципы организации рекреационных территорий. Конфликтные ситуации на рекреационных территориях. Рекреационное моделирование</p>
Разработчики	<p>Гужова Виктория Федоровна, кандидат технических наук, старший преподаватель ОНК «Институт управления и территориального развития»</p>
<p><b>АННОТАЦИЯ</b>  рабочей программы дисциплины  «Технологические процессы и инновации в сфере сервиса»  по направлению подготовки 43.04.01 Сервис  профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций »  квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	<p>изучение содержания и структуры инновационного процесса, исследование различных аспектов управления инновациями, приобретение навыков анализа инновационных стратегий сферы услуг, а также выполнения оценки эффективности инновационных проектов сферы услуг и поиска возможных форм их финансирования</p>
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ПК-4 Способен проектировать и осуществлять руководство процессом проектирования услуг, сервисных продуктов и систем сервиса</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ПК-4.1 Демонстрирует навыки проектирования услуг и сервисных продуктов  ПК-4.2 Организует процесс проектирования услуг и сервисных продуктов  ПК-4.3 Демонстрирует умение управления проектами в сфере услуг</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: -классификацию технологических процессов и инноваций;  -факторы, определяющие инновационную деятельность;  -приоритеты инновационной политики на различных уровнях управления экономикой в сервисной деятельности;  -структуру национальной инновационной системы.</p> <p>Уметь: -проводить анализ и оценку инновационных проектов сервисных услуг;  -планировать последовательность выполнения работ по реализации технологических процессов и инноваций в сфере сервиса;  -осуществлять выбор форм финансирования инновационных разработок;  -проводить презентацию инновационных проектов.</p>

	<p>Владеть: -приемами обоснования содержания выполняемых работ на различных этапах инновационного технологического процесса;</p> <p>-методами построения организационной структуры системы внутри-фирменного планирования инновационных технологических процессов в сервисе;</p> <p>-методами формирования и реализации стратегии инновационного развития организаций;</p> <p>-подходами к выбору форм коммерциализации инновационных разработок;</p> <p>-навыками использования механизмов поддержки инновационной деятельности в сферах крупного, среднего и малого бизнеса.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Сущность и функции инновационной деятельности.</p> <p>Государственное регулирование инновационного развития.</p> <p>Стратегия и планирование инновационной деятельности.</p> <p>Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности</p> <p>Предпринимательство и инновации</p> <p>Управление инновационной деятельностью в компании.</p> <p>Интеллектуальная собственность в инновационных процессах</p> <p>Влияние научно-технических нововведений на развитие сервиса</p> <p>Инновационные процессы в сервисе Глобализация экономики и ее влияние на развитие туризма. Глобализация ? путь перемен.</p> <p>Глобализация экономики и сервис. Деловое партнерство. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в сервисе. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации услуг.</p>
Разработчики	Гужова Виктория Федоровна, кандидат технических наук, старший преподаватель ОНК «Институт управления и территориального развития»
<p><b>АННОТАЦИЯ</b></p> <p>рабочей программы дисциплины</p> <p>«Управление изменениями»</p> <p>по направлению подготовки 43.04.01 Сервис</p> <p>профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций »</p> <p>квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	изучение современных подходов к управлению организационными изменениями, формирование навыков работы с со-противлением персонала, а также формирования стратегий и планов проведения организационных изменений.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-2.1 Демонстрирует знание этапов жизненного цикла проекта, методов и механизмов управления проектом на каждом из этапов УК-2.2 Использует методы и механизмы управления проектом для решения профессиональных задач
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методологические основы управления взаимоотношениями в условиях осуществления изменений; принципы функционирования самообучающейся организации;

	<p>этапы развития теории управления знаниями; теоретические основы построения команды изменений; Уметь: формировать систему управления знаниями в организации; Владеть: методами оценки этапа развития организации, на котором она находится; методами определения причин изменений в организации; методами преодоления сопротивления изменениям.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Раздел 1. Теоретические аспекты управления организационными изменениями Раздел 2. Организационно экономические аспекты управления организационными изменениями</p>
Разработчики	Пурыжова Людмила Викторовна, к.э.н., доцент
<p><b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Управление качеством сервисных услуг» по направлению подготовки 43.04.01 Сервис профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций » квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов целостного системного представления об управлении качеством как современной концепции управления, а также умений и навыков в области управления качеством сервисных услуг, услуг, работ, деятельности отечественных пред-приятий и организаций.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать роль и значение стратегического и ситуационного анализа деятельности сервисных организаций для совершенствованию сервисной деятельности и формированию клиентурных отношений Уметь оценивать результаты стратегического и ситуационного анализа деятельности сервисных организаций, обслуживания потребителей Владеть навыками применения результатов стратегического и ситуационного анализа деятельности сервисных организаций для совершенствованию сервисной деятельности и формированию клиентурных отношений</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Методические основы качества сервисных услуг Практические аспекты управления качеством сервисных услуг</p>
Разработчики	Гужова Виктория Федоровна, кандидат технических наук, старший преподаватель ОНК «Институт управления и территориального развития»
<p><b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА» по направлению подготовки 43.04.01 . СЕРВИС профилю подготовки «ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ»</p>	

квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов знаний в области современных методов и инструментов управления персоналом, развитии способностей и навыков по прикладному использованию персонал-технологий и планированию карьеры.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК – 6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки УК – 5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК 5.1: Анализирует аксиологические системы; обосновывает актуальность их учета в социальном и профессиональном взаимодействии УК -5.2: Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом культурных особенностей представителей разных этносов, конфессий и социальных групп УК -6.1: Оценивает свои личностные, ситуативные, временные ресурсы, оптимально их использует для успешного выполнения профессиональных задач УК – 6.2: Определяет способы совершенствования собственной деятельности и ее приоритеты на основе самооценки УК 6.3: Владеет индивидуально значимыми способами самоорганизации и саморазвития, выстраивает гибкую профессионально-образовательную траекторию
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: теоретические и методологические подходы к управлению персоналом; содержание работы по управлению персоналом; механизм работы подразделений управления персоналом; социально-психологические и экономические особенности управления персоналом; Уметь: организовать работу подразделения управления персоналом; обеспечить организацию персоналом, способным реализовать стратегию предприятия; формировать резерв персонала предприятия; мотивировать персонал предприятия Владеть: способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовности нести за них ответственность; способностью применять основные положения и инструментарий (методы) социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач; способностью к социальному взаимодействию и профессиональному общению, готовностью к коллективной работе в команде и организации и организации работы малых коллективов - исполнителей; способностью к профессиональной мобильности, критическому переосмыслению накопленного опыта, изменению при необходимости профиля профессиональной деятельности.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Управление персоналом как интегральный компонент общего процесса управления Тема 2 Концептуальные подходы к управлению персоналом предприятия Тема 3. Организационное проектирование системы управления персоналом Тема 4. Кадровое планирование Тема 5. Подбор, отбор, найм и адаптация персонала Тема 6. Оценка, аттестация и обучение персонала

	<p>Тема 7. Мотивация персонала</p> <p>Тема 8. Оценка эффективности управления персоналом</p> <p>Тема 9. Стратегия управления персоналом</p> <p>Тема 10 Социальная ответственность, наставничество.</p> <p>Тема 11. Социальный менеджмент.</p> <p>Тема 12. Делопроизводство в кадровой службе</p> <p>Тема 13. Регламентация управления персоналом на предприятии</p> <p>Тема 14. Организационная культура и управление персоналом</p> <p>Тема 15. Управление поведением персонала</p> <p>Тема 16. Развитие персонала</p>
Разработчики	Гикс Светлана Валентиновна, ст.преподаватель
<p><b>АННОТАЦИЯ</b></p> <p>рабочей программы дисциплины</p> <p>«Управление персоналом и коучинг в сервисной экономике»</p> <p>по направлению подготовки 4303.01 Сервис</p> <p>профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций»</p> <p>квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: подготовка студентов к эффективному управлению персоналом, подготовка специалистов, владеющих знаниями о сущности коммуникации в сфере управления персоналом, принципах и нормах корпоративной культуры и умеющих их использовать в практической деятельности, освоение технологии коучинга
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК 7 Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-7.1 Обеспечивает соблюдение требований безопасного обслуживания, охраны труда и техники безопасности ОПК -7.2 Соблюдает положения нормативно- правовых актов, регулирующих охрану труда и технику безопасности
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать: теоретические основы взаимодействия в рамках системы управления персоналом, методы приема персонала на работу на предприятие; правила высвобождения персонала. способы адаптации и социализации сотрудника в коллективе.</p> <p>Уметь: находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность, руководить людьми и подчиняться, выстраивать и реализовывать перспективные линии интеллектуального и профессионального саморазвития.</p> <p>Владеть: навыками самоменеджмента, личностного развития, работы в команде.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Методологические основы управления персоналом</p> <p>Система управления персоналом гостиничной индустрии</p> <p>Коучинг в системе управления персоналом</p>
Разработчик	Хильшер Виктория Арташесовна
АННОТАЦИЯ	

<p>рабочей программы дисциплины  «Управление сервисной средой в рекреационном сервисе»  по направлению подготовки 43.04.01 Сервис  профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций»  квалификация выпускника магистр</p>	
Цель изучения дисциплины	формирование знаний об основных аспектах (финансовые, организационные, экономические, трудовые) современного менеджмента рекреационного сервиса; применение передового зарубежного опыта управления предприятиями индустрии рекреации в российской практике.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-4.1 Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах) УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности организаций рекреационного -нормативно-правовую и технологическую документацию, регламентирующую деятельность организаций рекреационной экономики; Уметь: - использовать комплекс мер осуществления мониторинга физического состояния индивида, его пригодность к занятиям одним из видов туризма и рекреационно-оздоровительной и реабилитационной деятельности. - Осуществлять свою профессиональную деятельность, руководствуясь законодательством Российской Федерации, в том числе Конституцией Российской Федерации и нормативными правовыми актами в области образования, спорта и туризма. Владеть: - Способностью реализовать технологии сервисной деятельности; - Готовностью практически осуществить маркетинг и реализовать технику продаж сервисных рекреационных услуг; - Способностью конструировать и продвигать сервисный продукт и циклы оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основы туристского менеджмента Планирование и организация работы по управлению предприятием сферы рекреационного сервиса Мотивация труда персонала сервисной организации и контроля за его деятельностью
Разработчики	Гужова Виктория Федоровна, кандидат технических наук, старший преподаватель ОНК «Институт управления и территориального развития»
<p><b>АННОТАЦИЯ</b>  рабочей программы дисциплины  «Управленческая экономика»  по направлению подготовки 43.04.01 «Сервис»  профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций»  квалификация выпускника магистр</p>	

Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины:
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-2 Способен осуществлять руководство и организовать работу сервисного предприятия, организовывать работу ее коллектива, реализовывать внутренние и внешние стратегии социального взаимодействия
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-2.1 Осуществляет процесс руководства и организации работы сервисного предприятия ПК-2.2 Использует практики клиентоориентированного сервиса ПК-2.3 Осуществляет управление проектами, ресурсами и доходами предприятий в сфере сервиса
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: -основы управления фирмой в условиях рисков и неопределенности среды, -основные законы рыночной экономики, -макроэкономические факторы, влияющие на деятельность предприятия, - содержание методов анализа экономической информации, -экономические основы руководства коллективом Уметь: - осуществлять отбор релевантной информации о хозяйственной деятельности экономических агентов и состоянии рынков -анализировать экономические процессы и факторы, уметь прогнозировать экономические показатели деятельности фирмы Владеть: - навыками оценки результатов анализа поведения экономических агентов и состояния рынков, необходимыми для осуществления управления предприятием в сфере сервиса
Краткая характеристика учебной дисциплины	1. Фундаментальные основы управленческой деятельности в условиях рынка 2. . Законы и особенности рыночного механизма 3. Микроэкономический анализ производственной деятельности фирмы 4. Модели поведения фирмы в условиях различий отраслевых рыночных структур
Разработчики	Сафонова И.Ю., канд. экон. наук, доцент.
<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Управление инвестиционными проектами» по направлению подготовки 43.04.01 Сервис профилю подготовки «Формирование и развитие сервисных организаций » квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по управлению проектами с учетом мировых и отечественных достижений. Управление проектом подразумевает комплекс действий по подготовке, проектированию, разработке, тестированию, внедрению, эксплуатации и развитию в рамках методологии управления проектами. При управлении проектом используются методы и принципы, применяемые в рамках методологии управления проектами: жизненный цикл проекта, управление качеством, временем, стоимостью, ресурсами, рисками. Управление проектом является более узкой областью методологии управления проектом и имеет свою специфику.
Компетенции, формируемые в	ПК-3 Способен разрабатывать проекты в сфере инновационного развития производственно-технической базы сервиса

результате освоения дисциплины	
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ПК-3.1 Демонстрирует умение проводить исследования российского и зарубежного опыта внедрения технологических инноваций</p> <p>ПК-3.2 Разрабатывает рекомендации в сфере инновационного развития производственно-технической базы</p> <p>ПК-3.3 Демонстрирует навыки организации контроля за исполнением техно-логического процесса сервиса</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <p>Теоретические основы экономики фирмы и параметры оценки эффективности деятельности пред-приятия</p> <p>Уметь:</p> <p>Выполнять анализ эффективности использования основных и оборотных средств предприятия, проводить интерпретацию полученных результатов анализа; воспринимать информацию, ставить цели и выбирать пути их достижения, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь</p> <p>Владеть:</p> <p>Приемами технико-экономического обоснования проектов по совершенствованию деятельности пред-приятия, методами математического аппарата для обработки, анализа и систематизации информации</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Введение в управление инвестиционным проектированием</p> <p>Организационные механизмы управления инвестиционными проектами</p> <p>Управление стоимостью инвестиционного проекта</p> <p>Управление командой инвестиционного проекта</p>
Разработчики	<p>Гужова Виктория Федоровна, кандидат технических наук, старший преподаватель ОНК «Институт управления и территориального развития»</p>